

Rapport:
VERBRUIK VAN VIS, WEEK- EN SCHAALDIEREN IN BELGIË IN 2025

Aan de hand van recente cijfers en analyses wordt het verbruik van vis, week- en schaaldieren in België in kaart gebracht. De lezer krijgt een overzicht van de evolutie in het verbruik van vis, week- en schaaldieren, de belangrijkste vissoorten, de 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 vis, week- en schaaldieren 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 vismarkt.

HIGHLIGHTS

Op een gemiddelde dag in 2025 at 11% van de Belgen onbewerkte vis, week- en schaaldieren. Hoewel vis vooral thuis wordt gegeten, gebeurt dit in vergelijking met vlees relatief vaak buitenshuis, bijvoorbeeld op restaurant of bij familie en vrienden. Na een jarenlange daling kende het thuisverbruik van verse en bevroren vis, week- en schaaldieren in 2025 opnieuw een lichte groei (+4%), goed voor 4,3 kg per persoon en een omzet van 792 miljoen euro. Die groei is vooral te danken aan een hoger thuisverbruik van zalm en mosselen. Noordzeevis blijft daarentegen onder druk staan, met een verder dalend thuisverbruik, al worden deze soorten relatief vaak buitenshuis geconsumeerd.
Prijs blijft de belangrijkste drempel om vaker vis te eten, terwijl smaak en gezondheid de voornaamste redenen zijn om wel voor vis te kiezen. Consumenten waarderen bovendien steeds meer de inspanningen van de Belgische visserijsector op het vlak van milieu en dierenwelzijn. Bij de aankoop van vis zijn prijs en smaak de belangrijkste keuzecriteria, terwijl aspecten zoals herkomst, labels en seizoen voor een beperktere groep consumenten belangrijk zijn.



OVER HET ONDERZOEK

De gegevens in dit rapport zijn gebaseerd op drie onderzoeken:

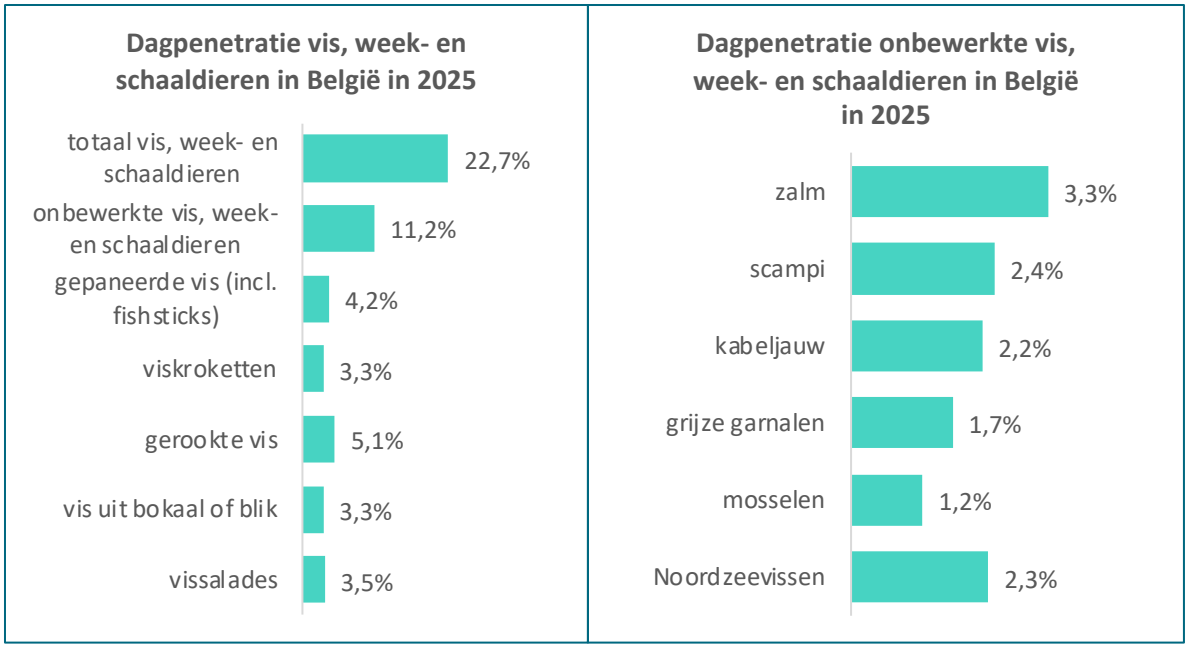
- **Consumentenpanel van YouGov België**: Dit panel bestaat uit een representatieve steekproef van 6.000 Belgische huishoudens, die al hun aankopen van voedingsmiddelen systematisch registreren. De verzamelde data geven een betrouwbaar beeld van het thuisverbruik in België.
- **Consumptietracker VLAM**: Een continu 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.
- **Vistracking VLAM 2025**: Online kwantitatief onderzoek dat iVox uitvoert 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 vis.

RUIM ÉÉN OP TIEN BELGEN AT DE DAG VOORDIEN ONBEWERKTE VIS, WEEK- OF SCHAALDIEREN

23% van de Belgen geeft aan de dag voordien vis, week- of schaaldieren te hebben gegeten. Het gaat daarbij zowel om onbewerkte vis, week- en schaaldieren als om gepaneerde vis, gerookte vis, garnaalkroketten, vis uit blik of bokaal en salades zoals krabsla en tonijnsla. **Kijken we enkel naar onbewerkte vis, week- en schaaldieren, dan gaf 11% aan dit de dag voordien te hebben gegeten**. **Zalm** is daarbij de meest geconsumeerde soort en groeit nog verder. Daarna volgen **scampi, kabeljauw, garnalen en mosselen**. Bekijken we specifiek de soorten die vaak door Belgische schepen in Belgische havens worden aangeland, zoals griet, haring, pladijs, rog, tong, tongschar en zeeduivel, dan at **2% van de Belgen de dag voor het onderzoek één van deze 'Noordzeevissen'**.
Onbewerkte vis, week- en schaaldieren worden in verhouding vaker gegeten door samenwonenden, hoger opgeleiden, hogere sociale groepen en Brusselaars. Ze worden ook relatief vaker gegeten op vrijdag of zaterdag en in de zomer.

11%

dagpenetratie onbewerkte vis, week- en schaaldieren

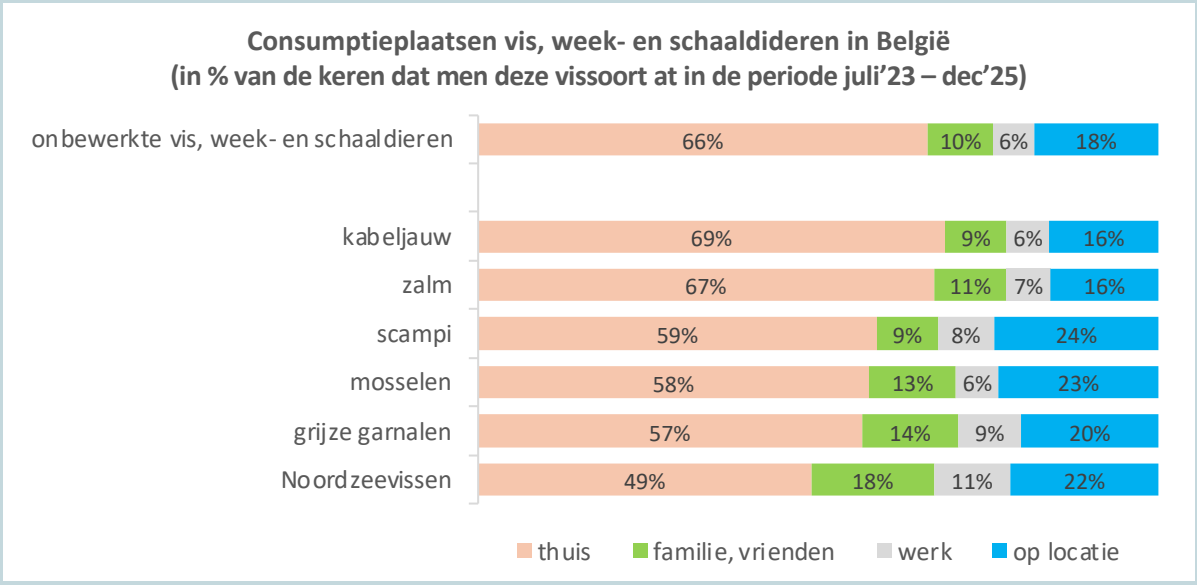


Bron: Consumptietracker VLAM (iVox)

VIS, WEEK- EN SCHAALDIEREN WORDEN RELATIEF VAAK BUITENSHUIS GEGETEN

Net als de meeste andere verse voedingsproducten worden onbewerkte vis, week- en schaaldieren **vooral thuis** gegeten. In 2025 vond 66% van de visconsumptiemomenten thuis plaats. Daarnaast worden ze ook regelmatig op locatie (restaurant, feestzaal, evenement, ...), bij familie of vrienden of op het werk gegeten. Ter vergelijking: bij vlees en gevogelte vindt 78% van de consumptiemomenten thuis plaats. Thuis blijft dus de belangrijkste consumptieplaats, **maar in vergelijking met vlees worden vis, week- en schaaldieren wel relatief vaker buitenshuis gegeten**. De consumptieplaats verschilt wel naargelang de soort. **Kabeljauw en zalm worden vaker thuis gegeten. Noordzeevissen daarentegen** worden slechts in 49% van de consumptiemomenten thuis gegeten en komen **in verhouding vaker op tafel bij familie of vrienden, op het werk en op restaurant.**

66%
thuis



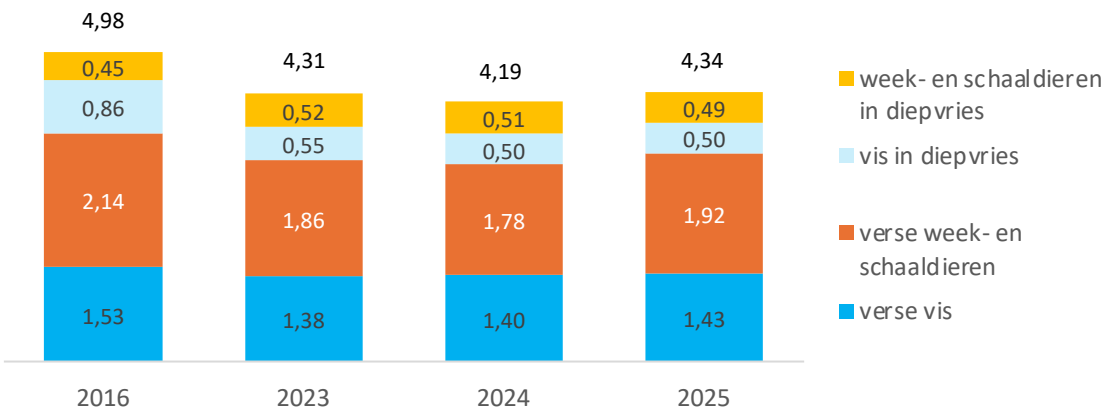
Bron: Consumptietracker VLAM (iVox)

THUISVERBRUIK VAN VERSE EN BEVROREN VIS, WEEK- EN SCHAALDIEREN STEEG IN 2025

Na een dalende trend trok het thuisverbruik van verse en bevroren vis, week- en schaaldieren in 2025 opnieuw aan. Tussen 2016 en 2024 daalde het volume van 5,0 kg per capita naar 4,2 kg. In 2025 steeg het thuisverbruik met 4% tot 4,3 kg per capita. Dat resulteerde in een totale omzet van 792 miljoen euro. 91% van de Belgische gezinnen kocht in 2025 verse of bevroren vis, week- en schaaldieren. Gemiddeld deden ze dat 14 keer per jaar. Op langere termijn blijft het aantal kopende gezinnen relatief stabiel, maar de aankoopfrequentie daalt.



Thuisverbruik van verse en bevroren vis, week- en schaaldieren in België (in kg per capita)



Bron: YouGov België

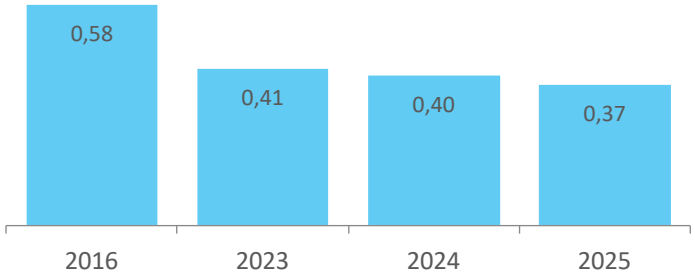
VERSE VIS: THUISVERBRUIK VAN NOORDZEEVIS STAAT ONDER DRUK

Het thuisverbruik van verse vis bleef de voorbije jaren relatief stabiel rond 1,4 kg per capita. In 2025 kwam het uit op 1,43 kg, 2% meer dan in 2024. 72% van de Belgische gezinnen kocht in 2025 verse vis en dit gemiddeld 8,6 keer per jaar. **Zalm is de meest gekochte vissoort en zag zijn aandeel binnen verse vis stijgen** van 24% in 2016 naar 38% in 2024. In 2025 liep dit verder op tot 42%. Zalm verstevigt daarmee jaar na jaar zijn dominante positie, ten koste van kabeljauw en Noordzeevissen (waaronder griet, haring, hondshaai, pladijs, poon, rog, tong, wijting en zeeduivel).
Het thuisverbruik van Noordzeevissen daalde van 0,58 kg per persoon in 2016 naar 0,40 kg in 2024 en 0,37 kg in 2025. Door een stijging van de gemiddelde prijs bleven de bestedingen aan Noordzeevis de laatste jaren wel stabiel. De volumedaling is zowel te wijten aan een daling van het aantal kopende gezinnen als aan een lagere aankoopfrequentie. In 2025 kocht 40% van de Belgische gezinnen een Noordzeevis. Een kopend gezin deed dat gemiddeld 4,8 keer. Houd er daarbij rekening mee dat, zoals hierboven aangehaald, zeker bij Noordzeevissen het thuisverbruik slechts een deel van het totale verbruik dekt.

verse vis

+2%

Thuisverbruik van Noordzeevis in België (in kg per capita)

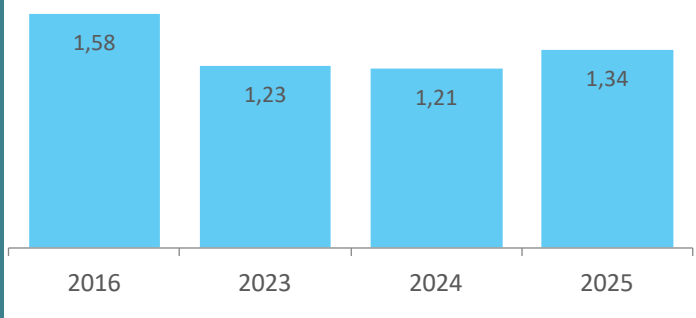


Bron: YouGov België

verse week- en schaaldieren

+8%

Thuisverbruik van mosselen in België (in kg per capita)



Bron: YouGov België

VERSE WEEK- EN SCHAALDIEREN: MOSSELEN ZORGDEN IN 2025 VOOR EEN STIJGEND THUISVERBRUIK

Verse week- en schaaldieren deden het goed in 2025 (+8% in volume), na een dalende trend in de voorgaande jaren. Die groei is vooral toe te schrijven aan **mosselen**. Het thuisverbruik van mosselen daalde van 1,5 kg per persoon in 2016 naar 1,2 kg in 2024, maar steeg in 2025 opnieuw naar 1,3 kg. Zowel het aantal kopers als de aankoopfrequentie nam opnieuw toe, na een dalende tendens op langere termijn.

Gepelde grijze garnalen werden in 2025 11% duurder, na ook al eerdere prijsstijgingen. Ze verliezen (daardoor) kopers en aankoopfrequentie, en dus ook volume. Het percentage kopende gezinnen daalde van 49% in 2022 naar 35% in 2025. De aankoopfrequentie bij die kopende gezinnen daalde van 3,8 keer in 2022 naar 2,9 keer in 2025. Dat resulteerde in een daling van het volume per capita van 0,17 kg in 2022 naar 0,10 kg in 2025 (-43%).

DIEPGEVROREN VIS, WEEK- EN SCHAALDIEREN: LICHTE DALING IN 2025

Het thuisverbruik van diepvriesvis kende in 2025 een lichte daling (-1%), na een sterke daling over de voorbije tien jaar: van 0,86 kg per capita in 2016 naar 0,50 kg in 2025. Zowel het aantal kopende gezinnen als de aankoopfrequentie daalt, wat het volume onder druk zet. **Voor diepgevroren week- en schaaldieren schommelt het thuisverbruik de voorbije jaren rond 0,5 kg per capita.** In 2025 daalde het van 0,51 naar 0,49 kg per capita.

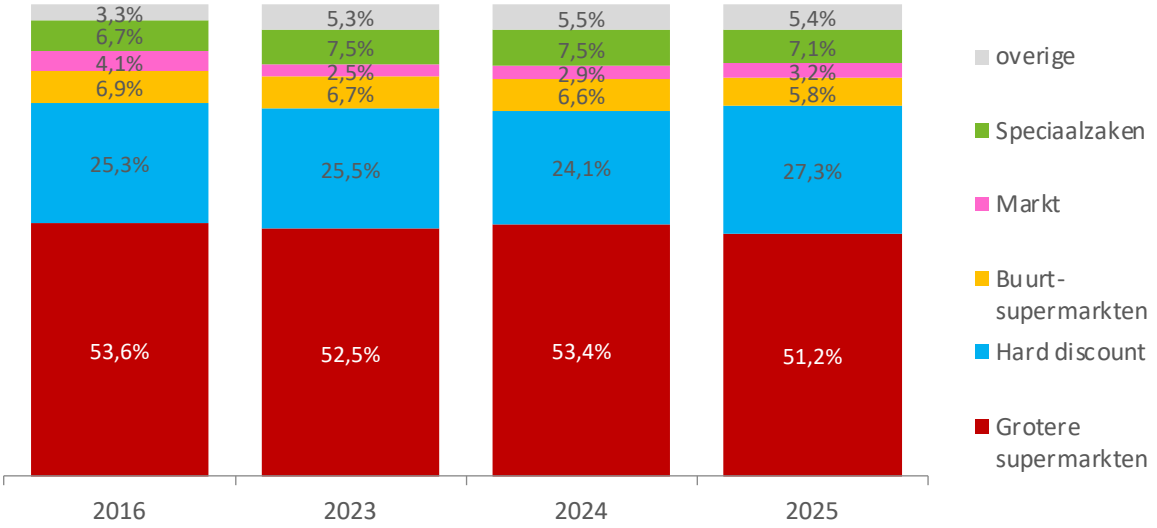
diepgevroren vis, week- en schaaldieren

-2%

HARD DISCOUNT WINT VOLUMEAANDEEL BINNEN VERSE EN BEVROREN VIS, WEEK- EN SCHAALDIEREN

Meer dan de helft van het aangekochte volume verse en bevroren vis, week- en schaaldieren wordt gekocht **in grotere supermarkten** zoals Colruyt, Carrefour Supermarkten, AD Delhaize en Albert Heijn. Deze kanalen **verloren in 2025 wel volumeaandeel ten voordele van hard discount** (Aldi en Lidl), dat nu 27% van de markt inneemt. **Visspeciaalzaken** verloren in 2025 wat terrein en halen nog een volumeaandeel van 7%. **Markten** wisten daarentegen licht te groeien en vertegenwoordigen 3% van het volume.

Volumeaandelen binnen verse en bevroren vis, week- en schaaldieren



Bron: YouGov België

Specifiek bij verse vis ligt het aandeel van hard discount wel een stuk lager (18% volumeaandeel), terwijl het aandeel van visspeciaalzaken en markten duidelijk hoger ligt (respectievelijk 14% en 8%). **Bij Noordzeevissen** is dit nog meer uitgesproken: hard discount haalt hier slechts 11% volumeaandeel, tegenover 24% voor speciaalzaken en 14% voor markten. Hard discount wint wel snel terrein binnen verse vis, maar die groei beperkt zich tot zalm.

WELGESTELDE GEPENSIONEERDEN ZIJN DE FREQUENTSTE KOPERS VAN VERSE EN BEVROREN VIS, WEEK- EN SCHAALDIEREN

Wanneer we per socio-demografisch profiel kijken naar het aantal koopmomenten van verse en bevroren vis, week- en schaaldieren (jaarpenetratie x aankoopfrequentie), dan ligt dit hoger in **Vlaanderen** dan in Brussel en Wallonië. Het aantal koopmomenten **neemt toe met de leeftijd** van de gezinsverantwoordelijke en met **de sociale klasse** van het gezin. Het is het hoogst bij **tweepersoonsgezinnen** en het laagst bij eenpersoonsgezinnen. Deze socio-demografische verschillen spelen het sterkst bij verse vis en grotendeels ook bij verse week- en schaaldieren. Diepgevroren vis, week- en schaaldieren scoren daarentegen in verhouding beter bij 30- tot 65-jarigen en bij grotere gezinnen.

38%

volumeaandeel voor vis-speciaalzaken en markten bij Noordzeevissen

THUISVERBRUIK VAN VERWERKTE VIS, WEEK- EN SCHAALDIEREN

Het thuisverbruik van **gerookte vis** schommelt al jaren tussen 0,5 en 0,6 kg per capita. In 2025 kwamen we uit op 0,57 kg, 6% meer dan het jaar voordien. 75% van de Belgische gezinnen koopt gerookte vis en doet dit gemiddeld 7 keer per jaar.

Het thuisverbruik van **vis in glas of blik** daalt op langere termijn: van 1,24 kg per capita in 2016 tot 0,93 kg in 2024. 2025 was wel een beter jaar, met een stijging van 6% tot 0,98 kg per capita. 79% van de Belgische gezinnen koopt vis in glas of blik en doet dat jaarlijks gemiddeld 6 keer.

Verse visbereidingen, waaronder verse garnaalkroketten, gepaneerde vis en sushi, kennen een stijgend thuisverbruik: van 0,58 kg per capita in 2016 naar 0,74 kg in 2024. In 2025 stabiliseerde dit op 0,74 kg per capita.

Ook **kant-en-klare maaltijden met vis** kennen op langere termijn een stijgend thuisverbruik, maar stagneren de laatste jaren. In 2025 kwamen we uit op 0,72 kg per capita.

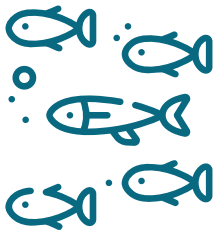
MOTIVATOREN EN BARRIÈRES VAN VLAMINGEN T.A.V. VIS, WEEK- EN SCHAALDIEREN

Smaak en gezondheid zijn de belangrijkste motivatoren voor regelmatige viseters. Zij eten vis omdat ze het lekker en gezond vinden. Daarbij verwijzen ze onder meer naar omega 3, goede vetten, weinig calorieën en de lichte verteerbaarheid. Het gezondheidsimago was al positief en is de laatste jaren nog versterkt. Daarnaast wordt vis gewaardeerd omdat het **extra variatie brengt in het eetpatroon**. Het wordt gezien als een aangename afwisseling op vlees en vegetarische maaltijden, dankzij de andere smaken en texturen.

83%

vindt vis gezond

Prijs wordt daarentegen het vaakst aangehaald als barrière om vaker vis, week- en schaaldieren te eten. Veel consumenten vinden vis duur. Tegelijk is 45% van de Vlamingen ervan overtuigd dat **lekkere vis niet duur hoeft te zijn** en dat er betaalbare alternatieven bestaan, bijvoorbeeld seizoensvis of minder bekende vissoorten.
Smaak is de tweede belangrijkste barrière. Heel wat Vlamingen en/of hun tafelgenoten lusten minder graag vis (onder meer door graten) en vinden vlees lekkerder.
Andere aangehaalde barrières zijn **bereidingsgemak en -kennis** (moeilijker te bereiden, weinig inspiratie, niet weten hoe het klaar te maken, ...), **beschikbaarheid en versheid** (beperkt aanbod in supermarkten, zeker van Noordzeevissen, beperkt aanbod van viswinkels, beperkte houdbaarheid van verse vis, ...) en **gewoontegedrag** (vis zit niet in de routine, waardoor men het sneller vergeet).
Deze barrières zorgen er ook voor dat consumenten zich vaak beperken tot de vissoorten die ze al kennen en regelmatig consumeren.



71%

is geïnteresseerd om meer andere vissoorten uit te proberen

Het vertrouwen in de inspanningen van de Belgische visserijsector neemt toe. In 2019 was minder dan de helft van de Vlamingen (47%) ervan overtuigd dat de sector voldoende inspanningen levert om de productie zo milieu- en diervriendelijk mogelijk te maken. In 2025 is dat gestegen naar 57%. Slechts 10% heeft hierin geen vertrouwen en één derde heeft hierover geen mening.



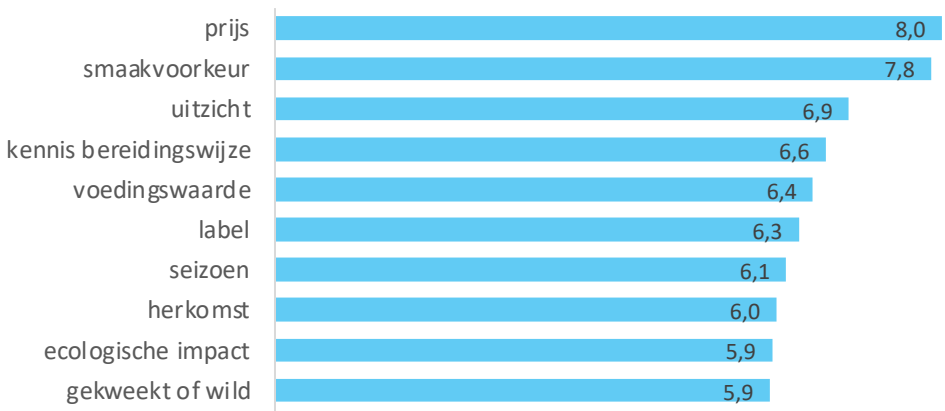
AANKOOPCRITERIA VAN VIS, WEEK- EN SCHAALDIEREN

Meer dan de helft van de Vlamingen (56%) beslist pas in de winkel welke vissoort ze kopen. Prijs en smaakvoorkeur zijn daarbij de meest doorslaggevende elementen en prijs won de afgelopen jaren nog aan belang. **Andere aspecten, zoals labels, herkomst, seizoenen en ecologie, spelen in zekere mate mee, maar bij een beperktere groep consumenten.** Zo geeft 29% van de Vlamingen het land van herkomst een belangrijkheidsscore van 8 of meer, terwijl 22% een score lager dan 5 geeft. Ongeveer de helft geeft dus een score van 5 tot 7.

56%

beslist vaak pas in de winkel

Aankoopcriteria vissoort 2025
(belangrijkheid op een schaal van 0 tot 10)
(basis = eet minstens een paar keer per jaar vis)



Bron: Vistracking VLAM (iVox, 2025)

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