

Rapport:
DE BELG EN ZIJN FRITUURGEWOONTES IN 2026

Hoe bezoeken Belgen de frituur en welke gewoontes horen bij hun bestelling? In opdracht van VLAM onderzocht iVox in september 2026 het frituurbezoek en de eetgewoontes van Belgen van 18 tot 64 jaar. Dit rapport brengt in beeld hoe zij hun frituur kiezen, bestellen en van hun frietjes genieten. Ook hun waardering voor de frituur en de plaats van de frietkotcultuur komen aan bod. Naast het Belgische beeld is er aandacht voor Vlaanderen en, waar mogelijk, voor veranderingen tegenover 2020.

HIGHLIGHTS

De frituur blijft een vaste waarde in de Belgische eetgewoontes. Bijna twee op de drie Belgen (64%) gaan minstens maandelijks naar de frituur. De frituur spreekt een breed publiek aan, met jongvolwassenen en gezinnen met kinderen als de meest frequente bezoekers. De aantrekkingskracht zit in de combinatie van lekkere frieten en een makkelijke maaltijd. Ook de nabijheid, de ruime keuze en de vlotte bediening dragen bij aan het positieve imago.



Het frituurbezoek wordt gekenmerkt door vaste gewoontes. Bijna acht op de tien frituurbezoekers gaan doorgaans naar dezelfde frituur (78%) en bestellen er meestal hetzelfde (77%). Is de favoriete frituur gesloten, dan wijkt bijna de helft uit naar een andere frituur. De trouw aan het frituurmoment gaat dus verder dan de trouw aan één specifieke frituur. De meeste frituurbezoekers halen hun frietjes af (61%) en bestellen ze gewoon ter plaatse (70%). Toch kiest ook één op de vijf voor online bestellen om de frietjes vervolgens zelf af te halen.

De Belgen delen hun liefde voor frietjes van de frituur, maar hebben elk hun eigen frietgewoontes. Frietjes van de frituur hebben een bijzondere aantrekkingskracht: bijna twee op de drie frituurbezoekers kunnen er moeilijk aan weerstaan en zeven op de tien eten ze graag bij thuiskomst na een vakantie. Over de ideale bestelling lopen de meningen echter uiteen. Saus erop of in een potje, eten met de handen of met bestek, een kartonnen bakje of een puntzak: persoonlijke voorkeuren en regionale verschillen zorgen voor uiteenlopende frietrituelen. Wat de Belgen wel delen, is hun waardering voor de frietkotcultuur: 86% vindt dat frietjes van de frituur onlosmakelijk bij de Belgische cultuur horen.

OVER HET ONDERZOEK

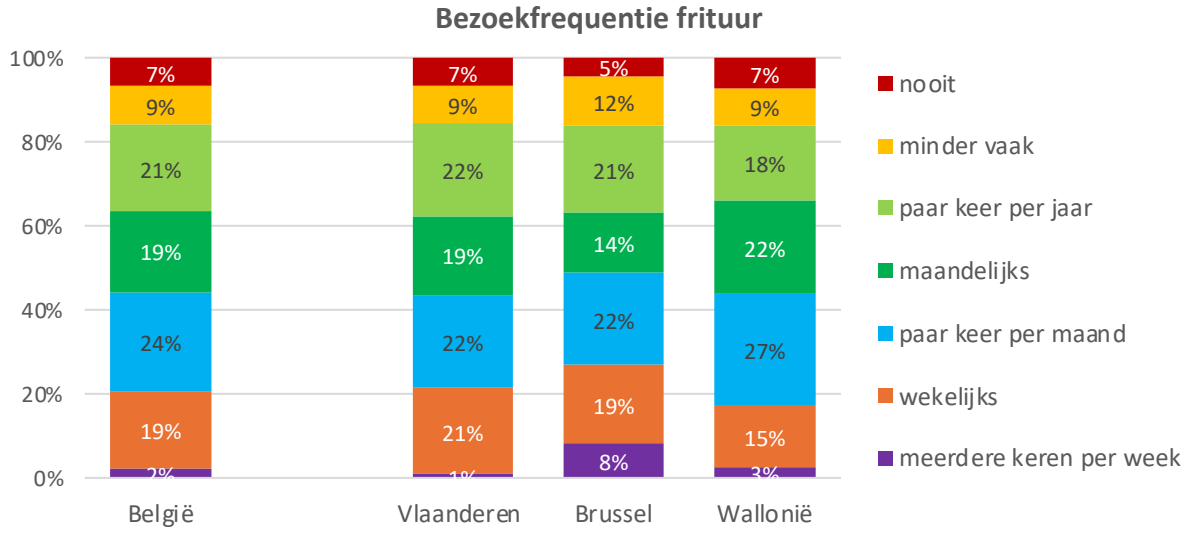
Marktonderzoeksbureau iVox voerde in september 2026 in opdracht van VLAM (Vlaams Centrum voor Agro- en Visserijmarketing) en Apaq-W (Agence wallonne pour la Promotion d'une Agriculture de Qualité) een online bevraging uit bij een representatieve steekproef van 2.200 Belgen van 18 tot 64 jaar. Het onderzoek brengt het frituurbezoek, de bestel- en eetgewoontes en het beeld van de frituur in kaart. Voor Vlaanderen worden de resultaten waar mogelijk vergeleken met een gelijkaardig onderzoek uit 2020.

DE FRITUUR BLIJFT EEN BREED INGEBURGERDE GEWOONTE

De frituur blijft populair bij de Belgen. **Bijna twee op de drie Belgen van 18 tot 64 jaar (64%) gaan minstens één keer per maand naar de frituur**. Ruim één op de vijf doet dat zelfs minstens wekelijks. Slechts 7% gaat nooit naar de frituur.

64%

gaat minstens 1x/maand naar de frituur.



Bron: Frituuronderzoek VLAM (iVox, 2026)

De frituur spreekt een **breed publiek** aan, maar vooral jongvolwassenen en gezinnen met kinderen zijn frequente bezoekers. Zo gaat 70% van de **18- tot 34-jarigen** minstens maandelijks naar de frituur tegenover 51% van de 50- tot 64-jarigen. Ook bij **gezinnen met kinderen** ligt de bezoekfrequentie hoger: 70% gaat minstens maandelijks naar de frituur tegenover 58% van de gezinnen zonder kinderen.

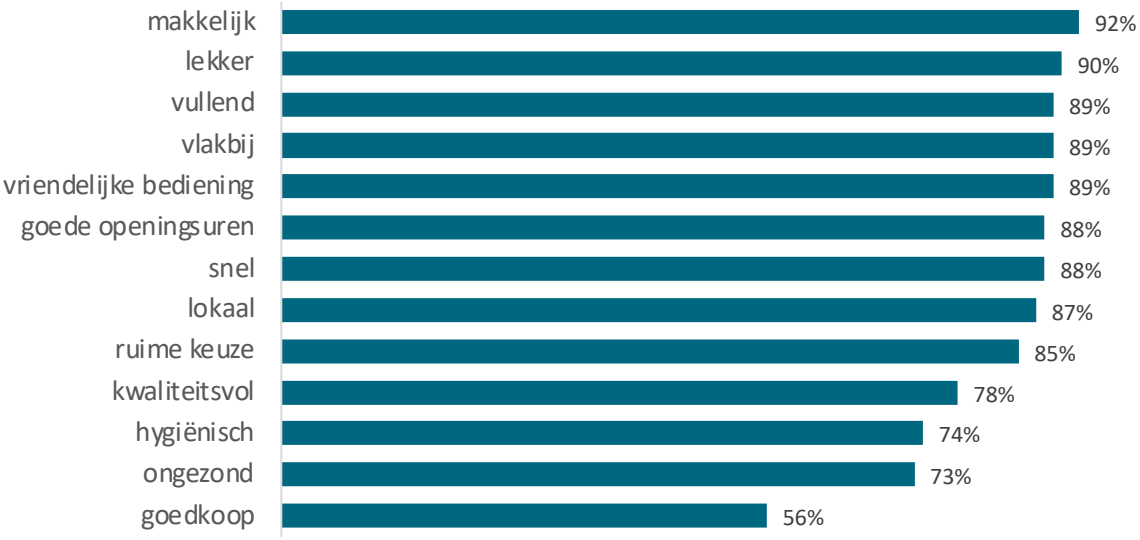
In Vlaanderen gaat 62% minstens maandelijks naar de frituur, vergelijkbaar met Brussel (63%) en Wallonië (66%). Op provinciaal niveau zijn de verschillen iets groter. **Limburg** telt met 68% de meeste regelmatige frituurbezoekers, terwijl Oost-Vlaanderen met 54% het laagst scoort. **In vergelijking met 2020 wordt de frituur in Vlaanderen ook wat vaker bezocht**: toen ging 55% minstens maandelijks naar de frituur tegenover 62% in 2026.

DE FRITUUR IS LEKKER EN MAKKELIJK

Lekker en makkelijk zijn de belangrijkste troeven van de frituur. Maar liefst 92% van de Belgen vindt dat de eigenschap **'makkelijk'** bij de frituur past en 90% omschrijft de frituur als **'lekker'**. Ook de **nabijheid**, de ruime **openingsuren**, de snelle en vriendelijke **bediening** en het uitgebreide **aanbod** worden breed herkend. De frituur is voor veel Belgen ook een **gemakkelijke oplossing wanneer ze geen tijd of zin hebben om zelf te koken**. Bijna acht op de tien frituurbezoekers vinden frietjes van de frituur ideaal voor zulke momenten.

Het imago van de frituur verschilt niet significant tussen Vlaanderen en België als geheel. In Vlaanderen is het **kwaliteitsimago sinds 2020 wel verbeterd**: 79% van de Vlamingen vindt de frituur kwaliteitsvol tegenover 70% in 2020. Tegelijk wordt de frituur **minder vaak als goedkoop** beschouwd.

Het imago van de frituur in België in 2026
(% dat vindt dat deze eigenschappen bij de frituur passen)



Bron: Frituuronderzoek VLAM (iVox, 2026)

HET FRITUURBEZOEK IS EEN VERTROUWDE ROUTINE

De Belg is gehecht aan zijn vaste frituur en zijn vertrouwde bestelling. Bijna acht op de tien frituurbezoekers gaan doorgaans naar dezelfde frituur (78%) en bestellen er meestal hetzelfde (77%). In Vlaanderen zijn die vaste gewoontes nog iets sterker ingeburgerd dan in België als geheel.

78%
gaat meestal naar dezelfde frituur.

77%
bestelt meestal hetzelfde.



Bij de keuze van een frituur spelen vooral de **kwaliteit** van de frieten (63%) en de **smaak** (48%) een belangrijke rol. Ook de **nabijheid** (39%) en de **prijs** (33%) wegen mee. De kwaliteit van de frieten zelf is dus een belangrijk criterium bij de keuze van een frituur.

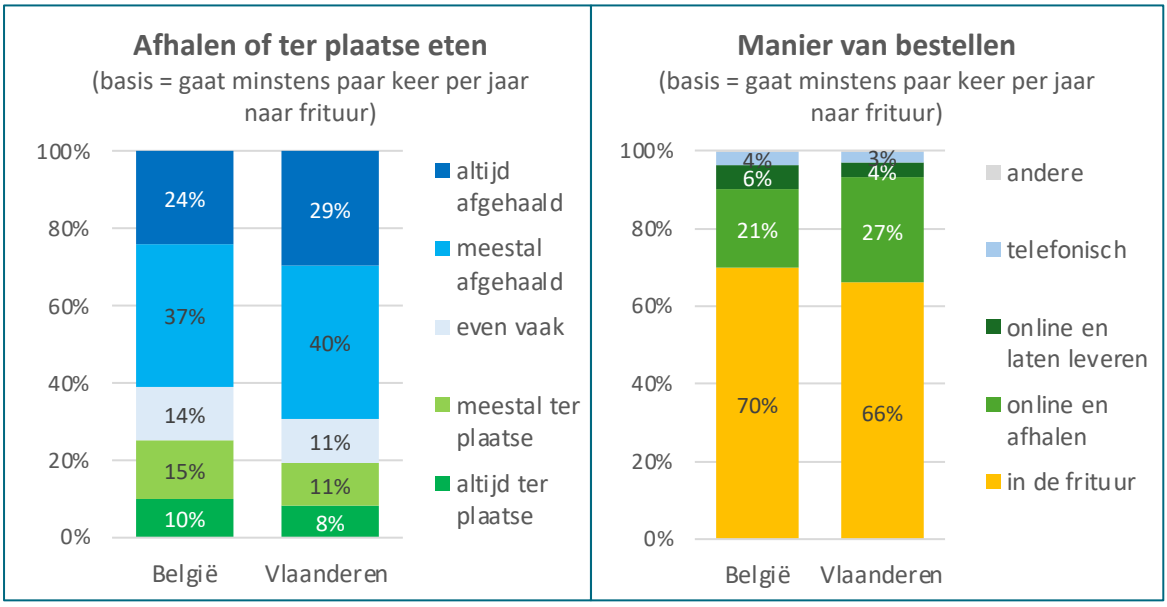
Die trouw aan een vaste frituur betekent niet dat het frituurmoment wegvalt wanneer de favoriete frituur gesloten is. Bijna de helft van de bezoekers wijkt dan uit naar een andere frituur. Eén op de vijf eet die keer dan geen frietjes, 15% maakt dan zelf frietjes en 17% eet dan elders frietjes. Vooral frequente bezoekers kiezen voor een andere frituur. **De trouw aan het frituurmoment gaat dus verder dan de trouw aan één specifieke frituur**.

AFHALEN EN BESTELLEN IN DE FRITUUR BLIJFT DE NORM

De meeste frituurbezoekers halen hun frietjes af: 61% doet dat meestal of altijd. Een kwart eet meestal of altijd in de frituur zelf. **Ook bestellen gebeurt nog hoofdzakelijk ter plaatse**: 70% bestelt gewoon in de frituur. Toch kiest ook ongeveer één op de vijf voor online bestellen om de frietjes vervolgens zelf af te halen. Online bestellen met thuislevering blijft beperkt tot 6%.

61%

haalt meestal/ altijd af.



Bron: Frituuronderzoek VLAM (iVox, 2026)

In Vlaanderen is afhalen nog sterker ingeburgerd: 69% haalt meestal of altijd af. **Ook online bestellen om zelf af te halen**, komt er vaker voor dan gemiddeld in België (27%). Toch blijft ook in Vlaanderen bestellen in de frituur de meest gebruikelijke formule. Oudere bezoekers bestellen vaker ter plaatse dan jongvolwassenen.

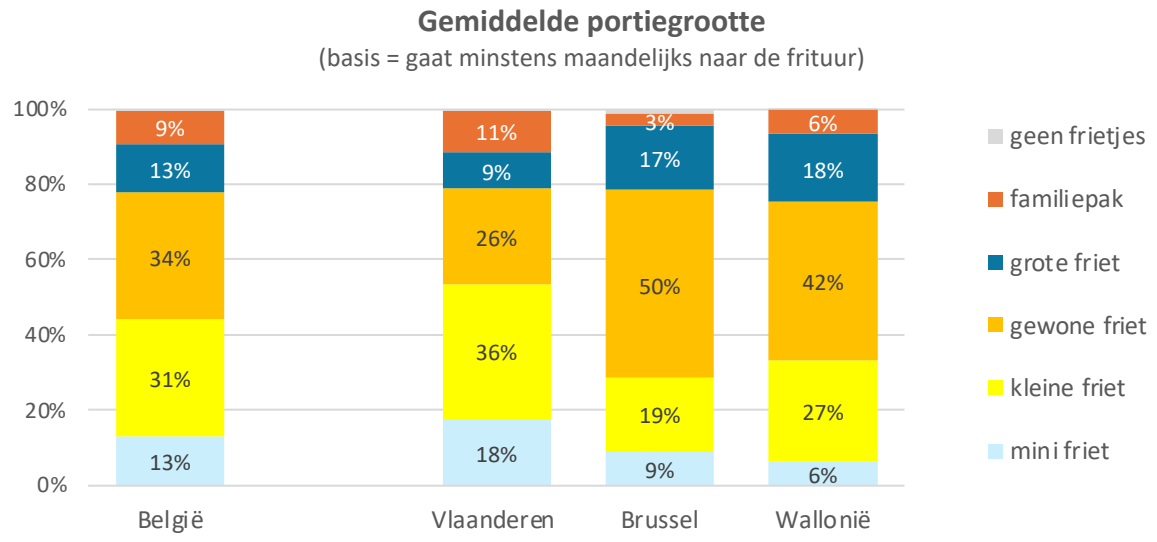
IEDEREEN ZIJN EIGEN FRIETGEWOONTES

Van de portie en de saus tot de manier van eten: iedereen heeft zijn eigen frietgewoontes. Toch zijn er ook duidelijke gemeenschappelijke voorkeuren. Vooral bij de verpakking, de saus en het gebruik van bestek vallen daarnaast regionale verschillen op.

DE BESTELLING BEGINT BIJ DE FRIETJES

Als het op de frieten zelf aankomt, gaat de voorkeur vooral uit naar **krokante frietjes**. Ook **lange frietjes** krijgen vaker de voorkeur dan korte. **Dikke frieten** zijn iets populairder dan dunne, al zijn de meningen hierover minder uitgesproken.

De gewone en de kleine friet zijn in België de meest bestelde porties. In Vlaanderen worden vaker kleinere porties gekozen dan in Brussel en Wallonië. Vooral in Oost-Vlaanderen en Antwerpen zijn kleinere frietporties populairder.



Bron: Frituuronderzoek VLAM (iVox, 2026)

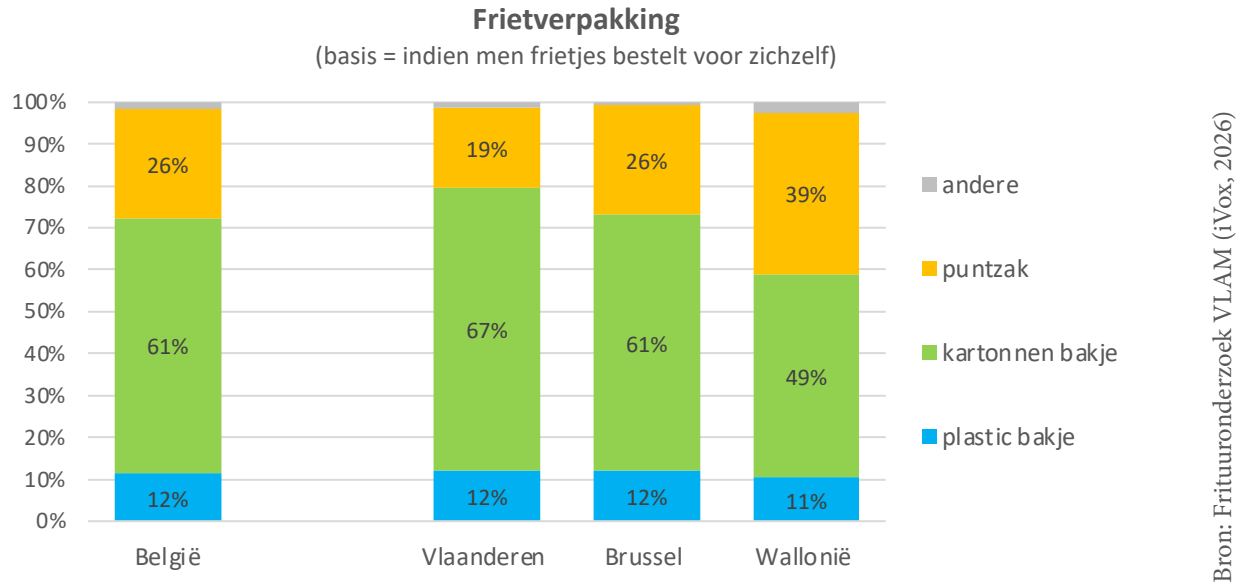
Ook de kruiding hoort bij de persoonlijke voorkeuren. Van wie frietjes voor zichzelf bestelt, heeft **79% graag zout op zijn frietjes**. Andere kruiden, zoals satékruiden, zijn minder algemeen ingeburgerd, hoewel toch ook één op vier hier altijd of regelmatig voor kiest.

IN EEN KARTONNEN BAKJE OF PUNTZAK?

Over de ideale verpakking zijn de Belgen het niet helemaal eens. **Een kartonnen bakje is met 61% wel de populairste keuze**, gevolgd door de traditionele puntzak (26%). Achter die Belgische cijfers gaan duidelijke regionale verschillen schuil. Zo verkiest 60% van de frituurbezoekers in Namen een puntzak, terwijl in Oost-Vlaanderen maar liefst 84% voor een kartonnen bakje kiest. Ook in Antwerpen en West-Vlaanderen is het kartonnen bakje uitgesproken favoriet.

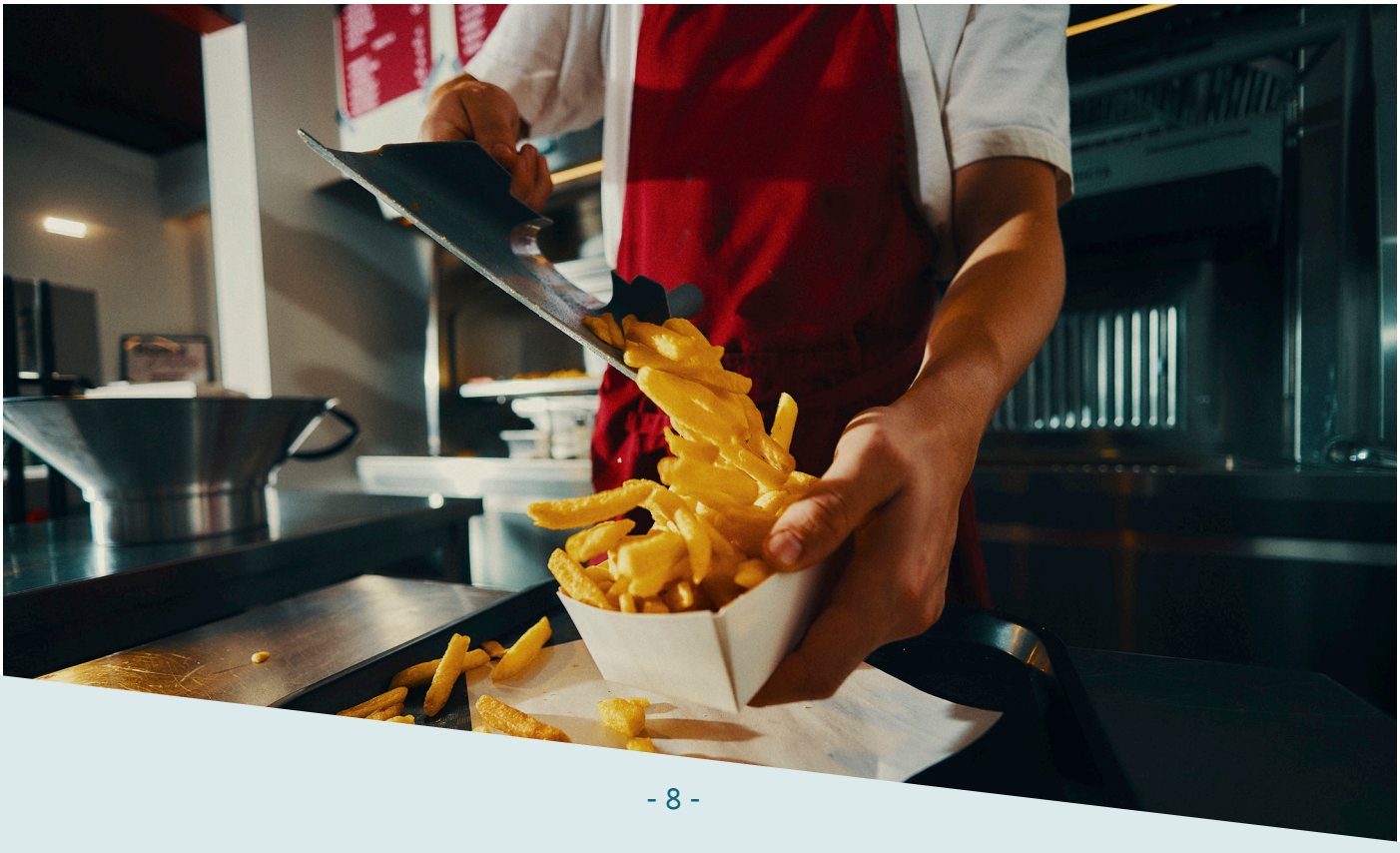
61%

verkiest een kartonnen bakje.



Bron: Frituuronderzoek VLAM (iVox, 2026)

In Vlaanderen heeft het kartonnen bakje bovendien aan populariteit gewonnen: van 56% in 2020 naar 67% in 2026. De voorkeur voor de puntzak nam in dezelfde periode af van 30% naar 19%.



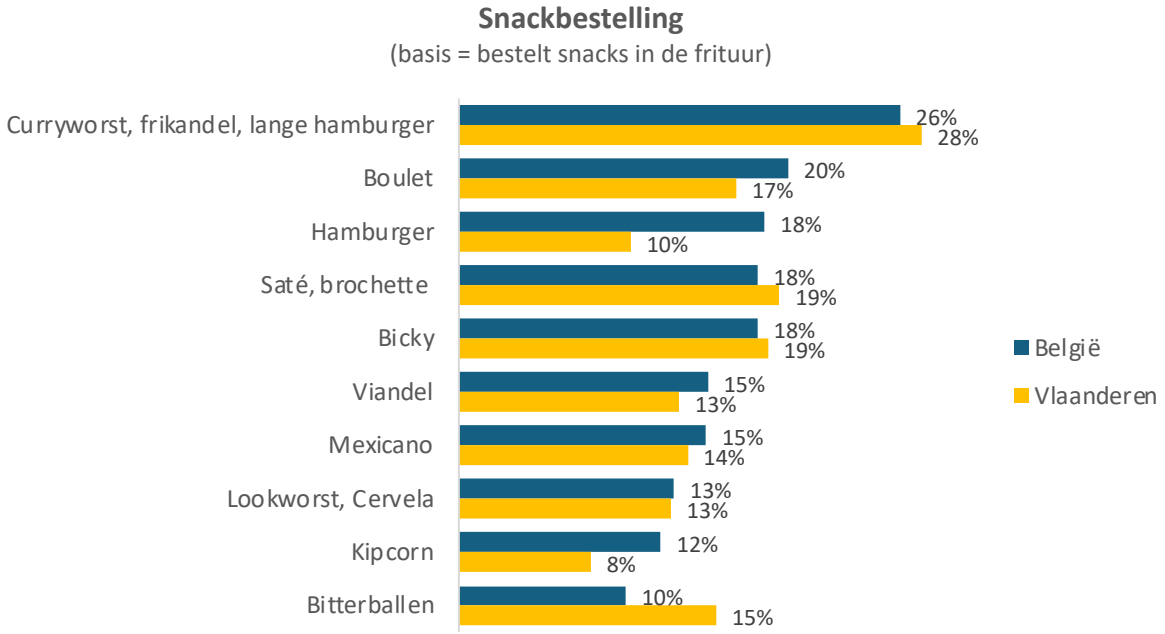
EEN SNACK HOORT ER MEESTAL BIJ

De meeste frituurbezoekers beperken zich niet tot frietjes alleen. **Ongeveer de helft bestelt één snack en vier op de tien meerdere snacks**. Vooral in Vlaanderen worden vaker meerdere snacks besteld dan in Brussel en Wallonië. Ook mannen kiezen relatief vaker voor meerdere snacks dan vrouwen.

40%

bestelt meerdere snacks.

De **curryworst**, ook bekend als frikandel of lange hamburger, is de populairste snack, gevolgd door de boulet, hamburger, saté en bicky burger. Het brede aanbod laat frituurbezoekers toe hun maaltijd naar eigen voorkeur samen te stellen. Er zijn ook regionale verschillen: in Vlaanderen worden relatief minder vaak hamburgers en vaker bitterballen besteld dan in België als geheel.



Bron: Frituuronderzoek VLAM (iVox, 2026)



SAUS EROP OF IN EEN POTJE APART?

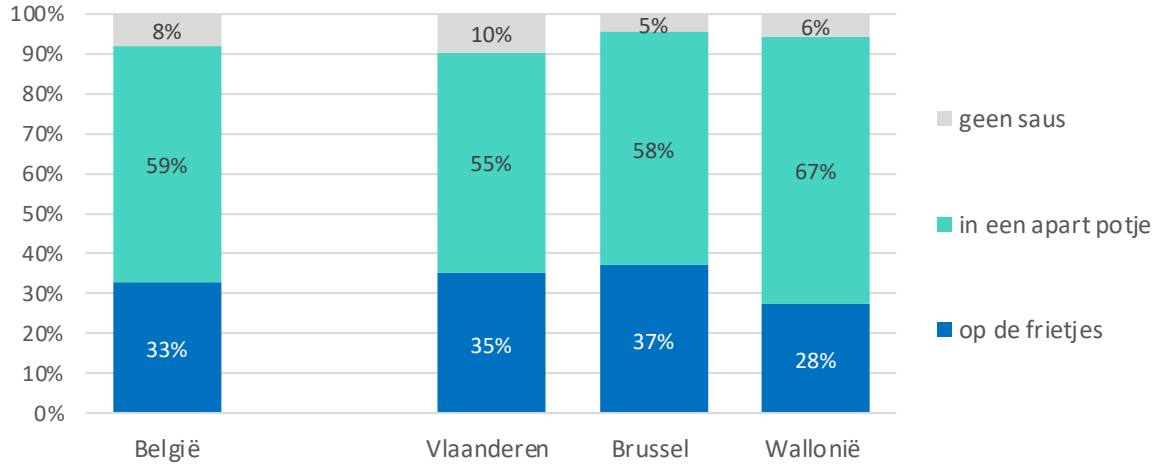
Ook over de plaats van de saus lopen de voorkeuren uiteen. **In België heeft 59% van de frituurbezoekers de saus het liefst in een apart potje**, terwijl 33% de saus rechtstreeks op de frietjes verkiest. **Limburg** vormt hierop een duidelijke uitzondering: daar wil 63% de saus liever op de frietjes. Het is de enige provincie waar die keuze een meerderheid haalt. In Namen is de voorkeur voor een apart potje dan weer uitgesproken. **In Vlaanderen is de voorkeur voor saus in een apart potje bovendien toegenomen tegenover 2020**.

59%

graag saus in een potje.

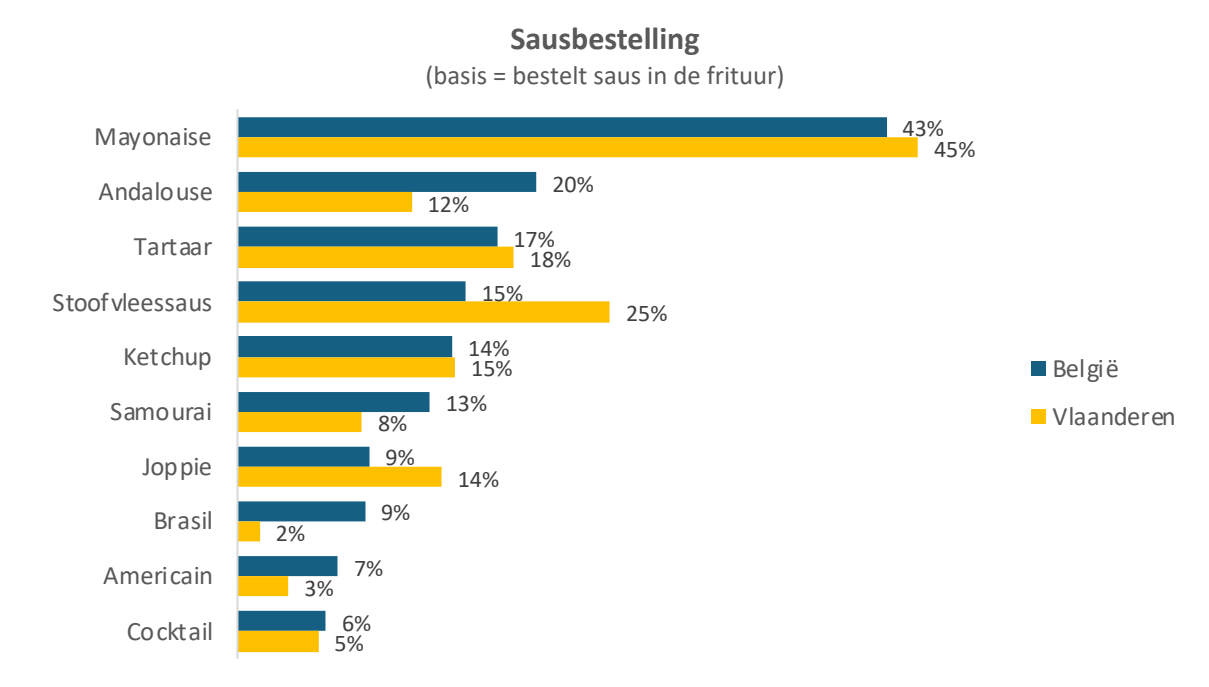
Plaats van de saus

(basis = bestelt frietjes voor zichzelf in de frituur)



Bron: Frituuronderzoek VLAM (iVox, 2026)

Mayonaise blijft de populairste saus: 43% van wie saus bestelt, kiest hiervoor. Andalouse en tartaar volgen. **In Vlaanderen neemt ook stoofvleessaus** een relatief belangrijke plaats in. Wie een special bestelt, kiest vaker voor curryketchup (66%) dan voor tomatenketchup (34%). Eén op de vijf kiest zelfs voor meerdere sauzen bij zijn frietjes.



Bron: Frituuronderzoek VLAM (iVox, 2026)

FRIETJES ETEN IS VAAK EEN INFORMEEL GEZINSMOMENT

Frietjes van de frituur worden het **vaakst met het gezin of de familie** gegeten: voor 74% van de frituurbezoekers is dat het meest gebruikelijke gezelschap. In Vlaanderen is het gezinskarakter nog wat sterker aanwezig, terwijl in Brussel frietjes relatief vaker alleen of met vrienden worden gegeten.

Het frituurmoment heeft vaak een **informeel** karakter. De **eettafel** is voor 59% de favoriete plek om frietjes van de frituur te eten. Toch geeft ook 21% de voorkeur aan de **salontafel** en 17% aan de **zetel**. Bovendien belanden de frietjes thuis lang niet altijd op een bord en worden ze vaak niet met gewoon bestek gegeten: **77% eet ze rechtstreeks uit de verpakking** en **67% eet ze het liefst met de handen.** Frietjes worden bovendien graag gedeeld: **85% laat weleens iemand anders een frietje nemen**.

Ook regionaal zijn er verschillen in de manier waarop frietjes worden gegeten. **In Vlaanderen verloopt het frituurmoment iets traditioneler**. Frietjes worden er wat vaker aan de eettafel (63% versus 59% in Wallonië) en op een bord (29% versus 13%) gegeten en er wordt vaker gewoon bestek gebruikt dan in Wallonië (29% versus 5%). Vooral in Antwerpen (39%) en Limburg (34%) is bestek relatief populair.

67%

eet de frietjes liefst met de handen.

FRIETJES VAN DE FRITUUR: EEN STUKJE BELGISCHE CULTUUR

Frietjes van de frituur zijn voor veel Belgen meer dan zomaar een maaltijd. **Bijna twee op de drie frituurbezoekers (63%) geven aan dat ze moeilijk aan frietjes van de frituur kunnen weerstaan**. Soms is het zelfs moeilijk om te wachten tot thuis: **46% neemt onderweg weleens een frietje door het gaatje in de verpakking**. **Voor zeven op de tien Belgen moet je bovendien naar de frituur voor écht lekkere frietjes**. In Vlaanderen is die overtuiging de **voorbije jaren sterker** geworden: van 60% in 2020 naar 75% in 2026. Ook **na een vakantie** is de frituur voor velen een vertrouwd adres: zeven op de tien frituurbezoekers eten graag frietjes van de frituur wanneer ze thuiskomen. Frietjes horen bovendien ook bij bijzondere momenten. In Vlaanderen geeft 39% aan weleens **iets te vieren** met frietjes van de frituur, tegenover 22% in 2020.

De frituur heeft dan ook een bijzondere plaats in onze eetcultuur. Maar liefst 86% van de Belgen vindt dat frietjes van de frituur onlosmakelijk bij de Belgische cultuur horen en 79% vindt het terecht dat onze frietkotcultuur als immaterieel cultureel erfgoed erkend werd. Daarnaast vindt 77% dat onze frietkotcultuur uniek is in de wereld. In Vlaanderen is die culturele verbondenheid met de frituur nog iets sterker dan in België als geheel.

63%

vinden frietjes van de frituur onweerstaanbaar.



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