

'Nederlandse consumenten kiezen minder vaak voor vlees'

21-04-2020 09:37



Nederlandse consumenten eten bewuster en kiezen er steeds vaker voor om vis of vlees te laten staan. Zo besloten meer dan vijf miljoen consumenten (36 procent) vorig jaar vaker voor vegetarisch te kiezen. Dat aantal is gestegen met zeven procentpunten in vergelijking met 2016, zo blijkt uit de Smart Food Monitor, een grootschalig onderzoek onder 7300 consumenten naar de foodretail in ons land.

Vooraf vrouwen kiezen vaker voor geen of minder vlees: 43 procent tegenover 29 procent van de mannen. Daarnaast besluiten jongeren het vaakst om helemaal geen vlees te eten.

Verder blijkt uit het onderzoek dat bijna een kwart van de Nederlandse consumenten de afgelopen jaren gezonder en bewuster is gaan eten. Bij het maken van voedselkeuzes spelen gezondheid (75 procent) en kwaliteit (75 procent) de belangrijkste rol. Daarnaast geven twee op de vijf consumenten aan dat het milieu (41 procent) ook meespeelt in het keuzeprocess.

De groeiende populariteit voor een vlees- of visloos dieet blijkt ook uit het succes van de Nationale Week Zonder Vlees dit jaar. Vorige maand werd de derde editie georganiseerd en deed een recordaantal van 2,4 miljoen consumenten hieraan mee. Dat is elf procent meer dan vorig jaar, blijkt uit onderzoek van onderzoeksbureau Blauw Research. Initiatiefnemer Isabel Boerdam vertelt in [het aprilnummer](#) van RetailTrends onder meer over de start van dit initiatief.