Rapport:
ZUIVELVERBRUIK IN BELGIË IN 2025

Aan de hand van recente cijfers en analyses wordt het zuivelverbruik in België in kaart gebracht. De lezer krijgt een overzicht van de evolutie in het verbruik van zuivelproducten in volumes en bestedingen, de voorkeuren per zuivelcategorie, de verschuivingen in aankoopkanalen en de verhouding tussen thuis- en buitenhuisverbruik. Daarnaast wordt ook het gebruik van plantaardige alternatieven voor zuivel besproken, evenals de houding van de Belgische consument ten opzichte van zuivel. 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 zuivelmarkt.

VLAM.be

HIGHLIGHTS

Zuivel blijft een vaste waarde in het voedingspatroon van de Belg. 71% van de Belgen consumeerde in 2025 minstens één zuivelproduct op de dag vóór de bevraging. In 2025 bleef het thuisverbruik van zuivel stabiel in volume, terwijl de bestedingen met 2% stegen tot 3,9 miljard euro. Witte melk blijft de grootste productgroep in volume, gevolgd door kaas en yoghurt. Binnen de verschillende zuivelcategorieën zien we wel uiteenlopende evoluties. Het thuisverbruik van melk en zuiveldranken kent een eerder dalende trend op langere termijn, terwijl yoghurt sinds 2023 sterk groeit. Het thuisverbruik van kaas bleef stabiel, met een toenemend aandeel voor zachte kazen en een stijgend aandeel voor Belgische kazen. Ook room en ijs kenden een lichte groei, terwijl boter verder daalde. Het thuisverbruik van plantaardige alternatieven voor zuivel daalde in 2025 met 2%. In vergelijking met zuivel blijft het aangekochte volume van deze producten ook beperkt. De verhouding tussen zuivel en plantaardige alternatieven voor zuivel bedraagt 91% versus 9%. Dit alles blijkt uit de thuisverbruikcijfers van YouGov België bij 6.000 Belgische huishoudens in opdracht van VLAM en uit de Consumptietracker van VLAM, een 'day after recall'-onderzoek uitgevoerd door iVox bij 7.300 Belgen tussen 18 en 75 jaar over heel 2025.

Ook het imago van zuivel blijft sterk. De meeste Belgen vinden zuivel lekker, veelzijdig en kwaliteitsvol, en 8 op de 10 Belgen vinden dat zuivel past binnen een gezond voedingspatroon. Daarnaast zegt twee derde van de Belgen vertrouwen te hebben in de inspanningen van de Belgische zuivelsector op het vlak van milieu en dierenwelzijn. Dit blijkt uit de Zuiveltracking van VLAM, een kwantitatief onderzoek uitgevoerd door iVox bij 1.000 Belgen tussen 18 en 65 jaar in februari 2026.

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 zuivelproducten, 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.
- **Zuiveltracking VLAM 2026**: Een online kwantitatief onderzoek dat iVox jaarlijks uitvoert bij een representatieve steekproef van 1.000 Belgen tussen 18 en 65 jaar. Hierbij wordt gepeild naar de houding ten aanzien van zuivel.

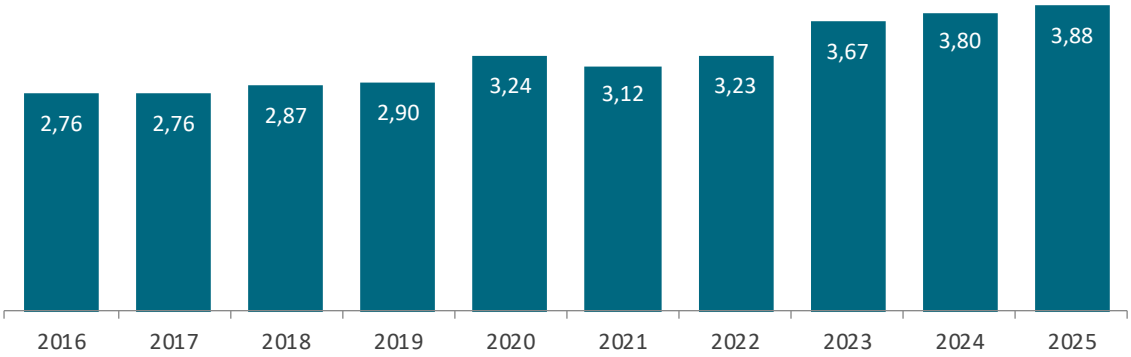
TOTALE THUISVERBRUIK VAN ZUIVEL: OMZETSTIJGING MET 2%, VOLUME BLEEF STATUS QUO

De uitgaven aan zuivelproducten voor thuisverbruik zijn in 2025 met 2% gestegen tot 3,9 miljard euro. Deze omzetstijging is te danken aan een hogere gemiddelde prijs door prijsstijgingen en/of een groter aandeel van duurdere zuivelproducten in de gekochte zuivelkorf. **Het aangekochte zuivelvolume bleef in 2025 stabiel. Ook op langere termijn noteren we een stijgende omzet en een relatief constant volume**. Nagenoeg alle Belgische gezinnen kopen zuivel en ze doen dit gemiddeld 85 keer per jaar.

+2% in besteding

+0% in volume

Besteding aan zuivelproducten in België
(in miljard euro)



Bron: YouGov België

41% van het aangekochte zuivelvolume is witte melk, daarna volgen kaas (15%) en yoghurt (13%). **In bestedingen is kaas de belangrijkste productgroep met een omzetaandeel van 47%**. Yoghurt en witte melk hebben binnen de zuivelbestedingen een aandeel van respectievelijk 11% en 10%. We zoomen hierna in op enkele zuivelproducten.

THUISVERBRUIK VAN MELK EN ZUIVELDRANKEN: DALING MET 2%, NA EEN STIJGING IN 2024

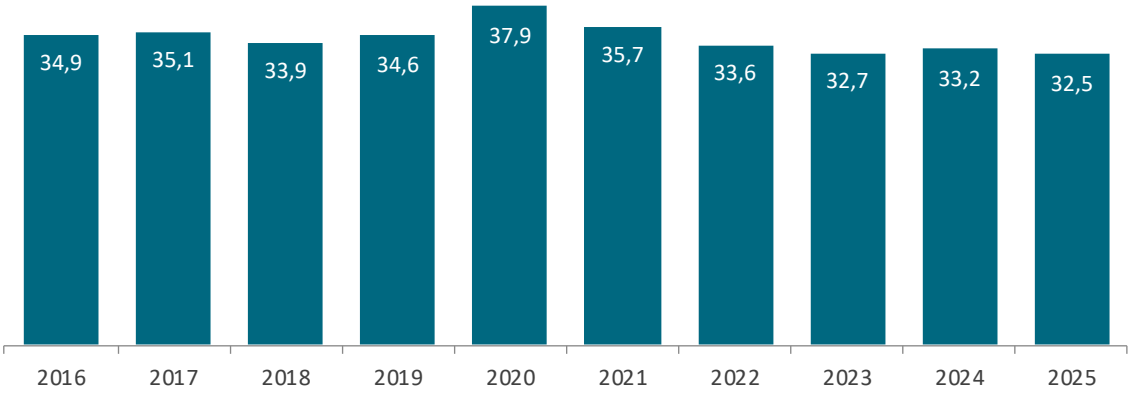
Het thuisverbruik van **melk en zuiveldranken** zit al langere tijd in een **dalende trend**: van 41,5 liter per capita in 2016 tot 38,8 liter in 2025. In 2024 was er wel een tijdelijke stijging met 3%, maar in 2025 daalde het verbruik opnieuw met 2%.

38,8

liter melk en zuivel-dranken/persoon

Witte melk blijft veruit de belangrijkste productgroep binnen de zuiveldranken, met een thuisverbruik van 32,5 liter per capita. In 2025 kocht 95% van de Belgische gezinnen minstens één keer witte melk, met gemiddeld 17 aankopen per jaar. Na sterke prijsstijgingen in 2022 en 2023 daalde de gemiddelde prijs van witte melk in 2024 met 8% tot 1 euro per liter. In 2025 bleef die prijs stabiel. Binnen het thuisverbruik van witte melk blijft **halfvolle melk dominant**, goed voor 68% van het volume. **Volle melk wint echter terrein** en vertegenwoordigt ondertussen 20% van de markt.

Thuisverbruik van witte melk in België
(in liter per capita)



Bron: YouGov België

Bij de andere zuiveldranken zet de **daling van het thuisverbruik van karnemelk** zich verder door: van 0,6 liter per capita in 2016 tot 0,3 liter in 2024 en 0,2 liter in 2025. Zowel het aantal kopende gezinnen als de aankoopfrequentie nemen af. In 2025 kocht nog 9% van de Belgische gezinnen karnemelk. Ook het thuisverbruik van **drinkyoghurt kent de laatste jaren een lichte terugval**: 0,6 liter per capita in 2022 tot 0,5 liter in 2025. **Gearomatiseerde melk, waaronder chocomelk, vertoont daarentegen een positieve evolutie**: het thuisverbruik steeg van 3,6 liter per persoon in 2022 naar 3,9 liter in 2025. **Gefermenteerde melk en melkdrinks kenden in 2024 een sterke groei en bleven in 2025 stabiel** op 1,4 liter per capita.

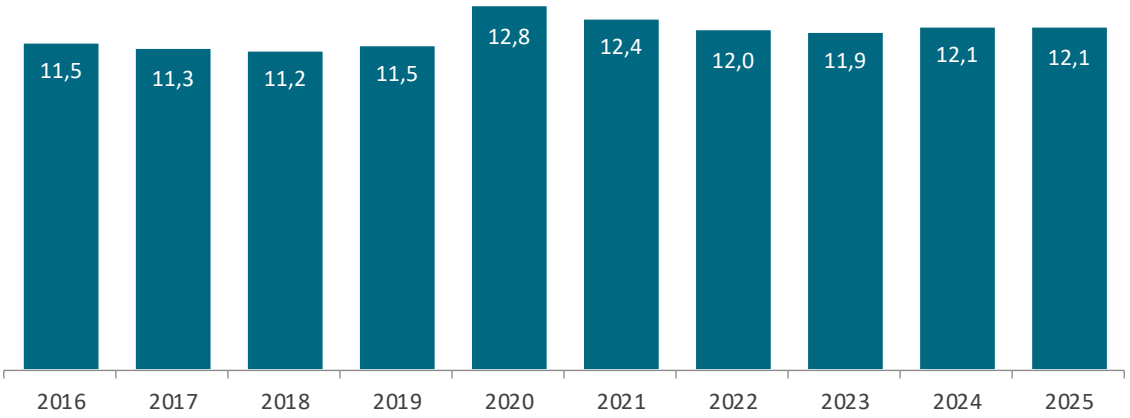
12

kilogram kaas/persoon

THUISVERBRUIK VAN KAAS: STABIELE SITUATIE

De laatste jaren bleef het **thuisverbruik van kaas stabiel** op 12 kg per persoon. Dit is iets hoger dan voor de coronacrisis, toen het verbruik rond de 11,5 kg per capita schommelde. Bijna alle Belgische gezinnen kopen kaas en dit gemiddeld 53 keer per jaar.

Thuisverbruik van kaas in België
(in kg per capita)



Bron: YouGov België

Binnen de kaascategorie **winnen zachte kazen steeds meer aan belang**. Hun aandeel binnen het totale kaasvolume steeg van 24% in 2016 naar 28% in 2025. **Hardekorstkazen blijven wel het grootste segment**, met een volumeaandeel van 63%. **Halfhardekorstkazen verloren de voorbije jaren terrein** en vertegenwoordigen in 2025 nog 9% van het totale kaasvolume.

In 2025 behaalden **Belgische kazen** een volumeaandeel van 13% binnen het thuisverbruik van kaas, in Vlaanderen 16%. **Na een daling in 2022 en 2023, steeg dit aandeel weer in 2024 en 2025**. Belgische kazen hebben een hoger aandeel bij de halfhardekorstkazen (52% van het volume) dan bij hardekorstkazen (13%) en zachte kazen (2%). Ook binnen merkkazen (20%) scoren ze beter dan bij private label (7%).

13%

volumeaandeel voor Belgische kazen

THUISVERBRUIK VAN YOGHURT: STERKE GROEI ZET ZICH DOOR

Het thuisverbruik van yoghurt zit sinds 2023 duidelijk in de lift: van 9,6 kg per capita in 2022 tot 10,6 kg in 2025. Onder de categorie yoghurt vallen onder meer ook skyr, Griekse yoghurt en proteïnerijke yoghurt. **In 2025 steeg het thuisverbruik met 6%** tegenover het jaar voordien. 95% van de Belgische gezinnen koopt yoghurt, met een gemiddelde aankoopfrequentie van 23 keer per jaar. Beide parameters namen de voorbije jaren toe. Binnen de yoghurtcategorie is **vooral natuuryoghurt sterk gegroeid (+12% in 2025)**. Yoghurt met fruit en/of andere ingrediënten blijft wel het grootste segment, met een volumeaandeel van 56%, tegenover 44% voor natuuryoghurt.

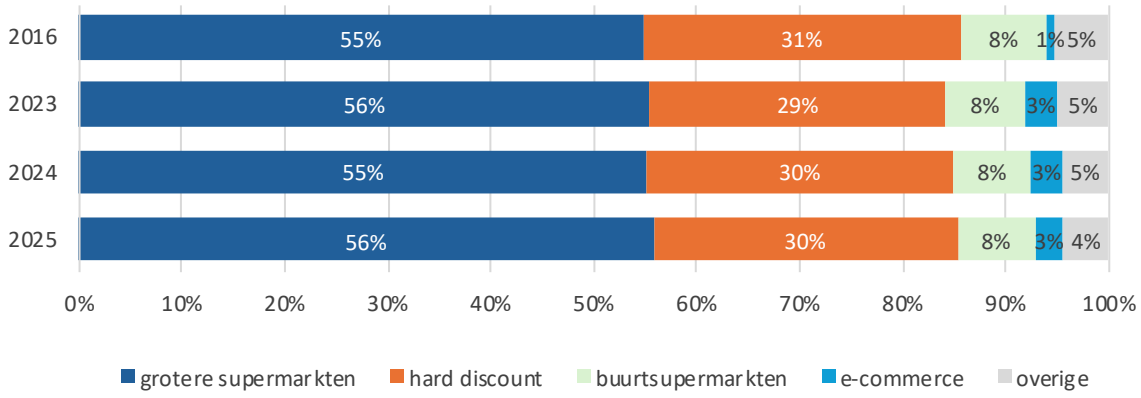
THUISVERBRUIK VAN ANDERE ZUIVELPRODUCTEN: UITEENLOPEND BEELD

Bij de andere zuivelproducten zien we uiteenlopende evoluties. Het thuisverbruik van **room steeg** van 2,1 liter per capita in 2022 naar 2,3 liter in 2025. **Ook voor ijs** noteerden we in die periode een lichte stijging van 4,8 naar 4,9 liter per capita. Het thuisverbruik van **verse desserts bleef daarentegen relatief stabiel** op 3,6 kg per capita. **Boter en verse witte kaas vertonen wel een dalende trend.** Het thuisverbruik van boter daalde tussen 2022 en 2025 van 1,5 naar 1,4 kg per capita. Verse witte kaas ging van 2,6 kg per capita in 2022 naar 2,3 kg in 2024, maar kende in 2025 opnieuw een herstel met een stijging van 8% tot 2,5 kg per capita.

AANKOOPKANALEN ZUIVEL: WEINIG VERSCHUIVINGEN

Meer dan de helft van het volume zuivelproducten wordt aangekocht in grotere supermarkten (Colruyt, Carrefour Market, Delhaize Supermarkt, AD Delhaize, Albert Heijn, ...). Het volumeaandeel van **hard discount (Aldi en Lidl) bleef de voorbije jaren schommelen** rond 30% en ook de buurtsupermarkten (Proxy Delhaize, Carrefour Express, Okay, Spar, ...) bleven stabiel op 8%. E-commerce won aan belang tijdens de coronacrisis, maar het aandeel van e-commerce blijft sinds 2021 hangen op 3%.

Aandelen distributiekanalen binnen het thuisverbruik van zuivel in België
(in % van het volume)



Bron: YouGov België

De aankoopkanalen verschillen wel per zuivelproduct. Zo hebben relatief gezien de grotere supermarkten een groter volumeaandeel binnen room, boter en verse kaas. Hard discount heeft op zijn beurt een relatief hoger aandeel binnen verse zuiveldesserts, melk en ijs en buurtsupermarkten binnen kaas en yoghurt. Het volumeaandeel van de overige kanalen is het grootst bij boter en verse desserts (o.a. op de hoeve) en bij kaas (o.a. in kaasspeciaalzaken).

THUIS- VERSUS BUITENSHUISVERBRUIK: 78% VAN DE ZUIVELCONSUMPTIES ZIJN BESTEMD VOOR THUISVERBRUIK

78% van de keren dat in 2025 bewust zuivel gegeten of gedronken werd, werd dit aangekocht in winkels zoals supermarkten en speciaalzaken. De overige 22% werd aangekocht op het werk, via take away of home delivery, op een andere plaats (zoals horeca) of werd niet aangekocht (gekregen van bv. familie of vrienden). Het aandeel van thuisverbruik verschilt wel sterk per zuivelproduct. **Bij yoghurt, witte melk en boter loopt dit op tot 87%, terwijl dit bij gearomatiseerde melk (zoals chocomelk) slechts 52% is en bij ijs 62%**. Ook bij room en zuiveldesserts is het aandeel van thuisverbruik lager dan 70%.

78%

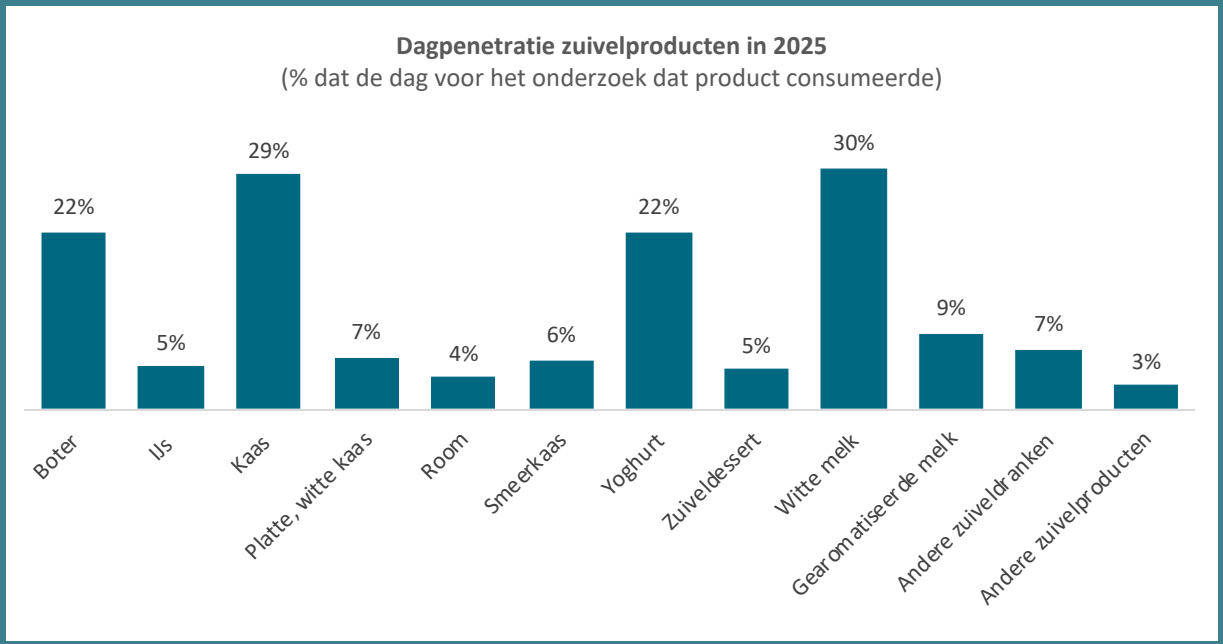
thuisverbruik

> **Zuivel behoudt zijn prominente plaats in de Belgische eetgewoontes**

VAN AANKOOP- NAAR CONSUMPTIECIJFERS: ZUIVEL HEEFT EEN HOGE DAGPENETRATIE VAN 71%

Zuivel blijft stevig verankerd in het eetpatroon van de meeste Belgen. **In 2025 gaf maar liefst 71% van de Belgen tussen 18 en 75 jaar aan dat ze de dag voordien minstens één zuivelproduct hadden geconsumeerd**. In de periode juli'23 – juni'24 was dit 72%, dus er is wel sprake van een lichte daling. Diegenen die de dag voordien zuivel consumeerden, zijn in verhouding eerder 55-74 jarigen, vrouwen en hoger opgeleiden. De zuivelproducten met de hoogste dagpenetratie zijn **witte melk, kaas, boter en yoghurt**. Let wel: omdat zuivel ook vaak onopvallend verwerkt zit in andere voedingsproducten, ligt de werkelijke consumptie waarschijnlijk nog hoger dan gerapporteerd.

Dagpenetratie zuivelproducten in 2025
(% dat de dag voor het onderzoek dat product consumeerde)

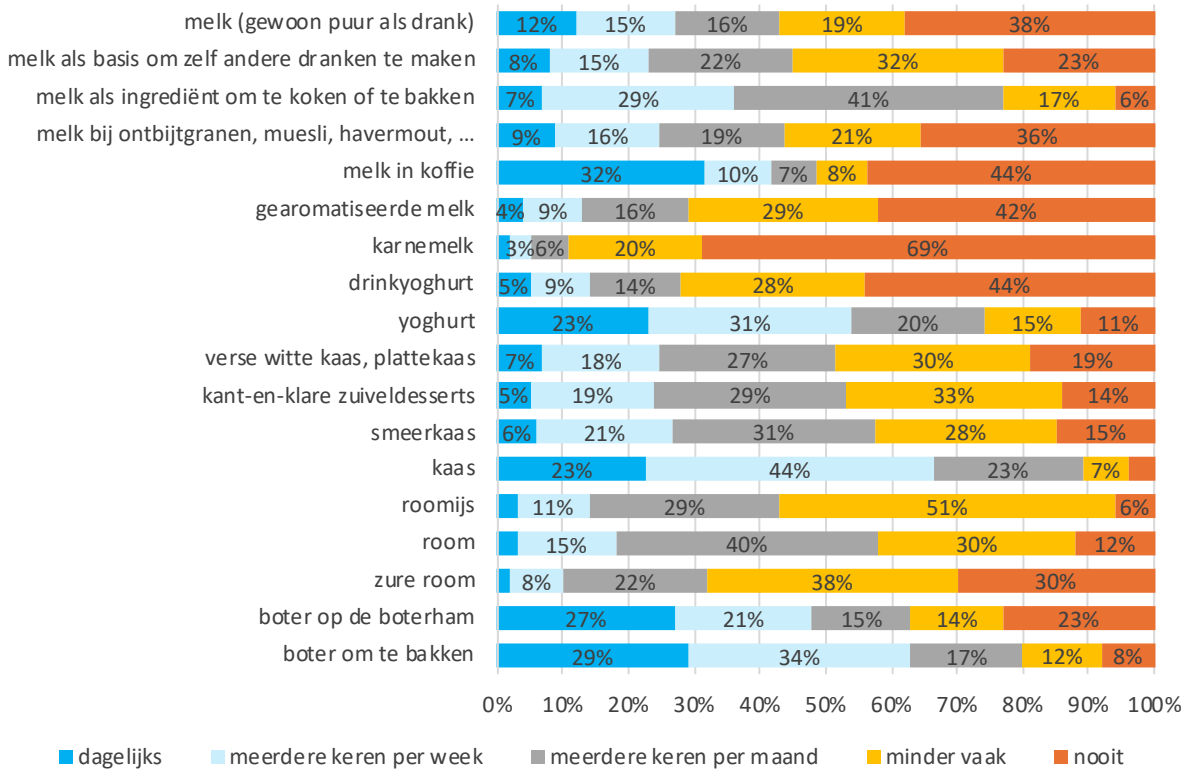


Bron: Consumptietracker VLAM (iVox, 2025)

CONSUMPTIEFREQUENTIE ZUIVEL: MERENDEEL CONSUMEERT FREQUENT ZUIVEL

Aanvullend op bovenstaande dagpenetratie, de consumptie op een gemiddelde dag, vroeg iVox begin 2026 aan 1.000 Belgen tussen 18 en 64 jaar om een inschatting te maken van hoe vaak ze zuivel consumeren. Hieruit blijkt onder andere dat **27% van de Belgen meerdere keren per week witte melk drinkt, 67% eet meerdere keren per week kaas en 54% meerdere keren per week yoghurt**. Voor de meeste zuivelproducten ligt de zelfgerapporteerde consumptiefrequentie **in 2025 hoger dan bij een gelijkaardige meting in 2018, maar wel lager dan in 2024**. Uitzondering is boter, waarbij de consumptiefrequentie in 2025 lager ligt dan in 2018.

Verklaarde consumptiefrequentie van zuivelproducten in België in 2026



Bron: Zuiveltracking VLAM (iVox, 2025)

CONSUMPTIEMOMENTEN ZUIVEL: VERSPREID OVER DE DAG, MET HET ONTBIJT ALS BELANGRIJKSTE MOMENT

Zuivel wordt het vaakst geconsumeerd bij het **ontbijt, maar ook bij de andere maaltijden en als tussendoortje** wordt regelmatig zuivel geconsumeerd. 50% van de ontbijten in België bevatten een zuivelproduct. Daarnaast wordt zuivel geconsumeerd bij 26% van de middagmaaltijden, 24% van de avondmaaltijden en 15% van de tussendoortjes.

VERBRUIK VAN PLANTAARDIGE ALTERNATIEVEN VOOR ZUIVEL: DALING MET 2%

De bestedingen aan plantaardige alternatieven voor zuivel **daalden in 2025 met 2%** tegenover 2024. **Ook het aangekochte volume nam met 2% af**. Binnen deze categorie vertegenwoordigt margarine het grootste volume, gevolgd door plantaardige drinks.

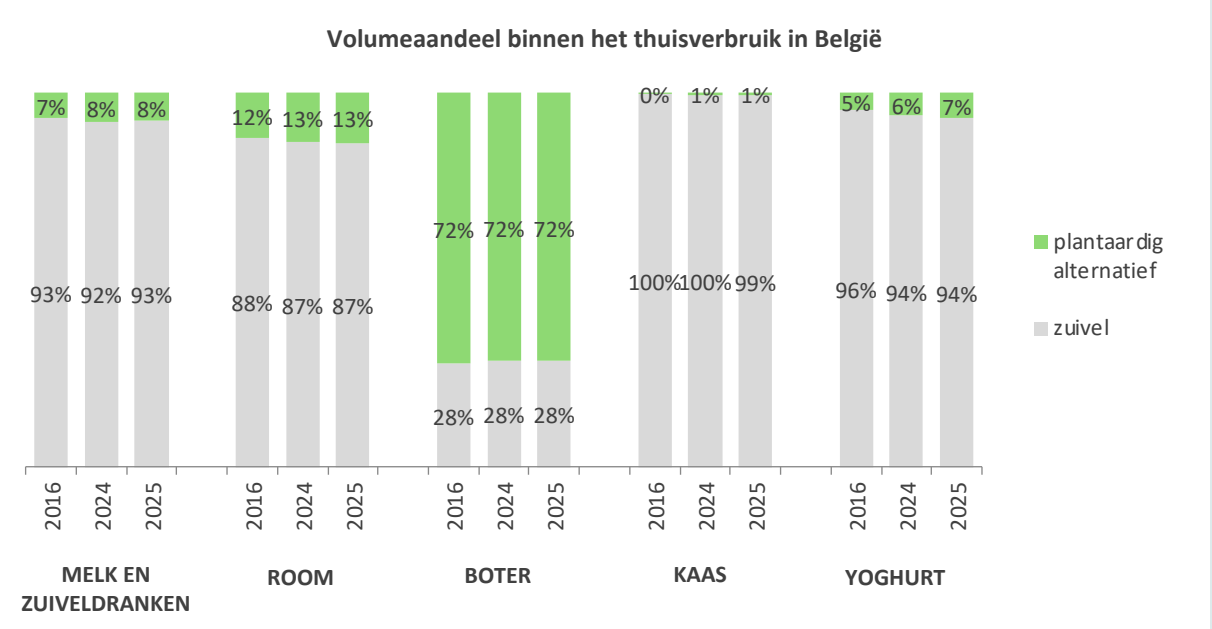
Het thuisverbruik van **plantaardige drinks schommelt al enkele jaren rond 3,1 liter per persoon per jaar**. In 2024 steeg dit tijdelijk tot 3,3 liter, maar in 2025 daalde het opnieuw naar 3,1 liter per capita. Het percentage kopende gezinnen, dat op langere termijn toenam, daalde van 42% in 2024 naar 39% in 2025.

De plantaardige alternatieven voor room, kaas en yoghurt kenden in 2025 wel een stijging en vertonen ook op langere termijn een positieve trend. De absolute volumes blijven echter beperkt. Het thuisverbruik van margarine zit daarentegen in een dalende trend: van 4,4 kg per capita in 2016 naar 3,5 kg in 2025.

In de verhouding tussen zuivel en plantaardige alternatieven **blijft zuivel duidelijk dominant, met een volumeaandeel van 91%**. Op langere termijn is wel een **lichte stijgende trend zichtbaar in het voordeel van de plantaardige alternatieven**, al blijft hun volumeaandeel – met uitzondering van margarine – beperkt.

3,1
liter **plantaardige drinks**
per persoon

91%
volumeaandeel
voor **zuivel**



Bron: YouGov België

Zuivel heeft het hoogste volumeaandeel bij **gezinnen met kinderen** (92%) en in **Wallonië** (93%). Jonge alleenstaanden (88%), tweepersoonsgezinnen met dubbel inkomen (89%) en Vlamingen (90%) consumeren in verhouding wat minder zuivel.

Het aandeel van het thuisverbruik ligt bij de plantaardige alternatieven een heel stuk lager dan bij zuivel: slechts 56% van de consumpties van plantaardige alternatieven zijn thuisverbruik, tegenover 78% bij zuivel. **Plantaardige alternatieven worden dus in verhouding vaker geconsumeerd in buitenshuis maaltijden, in afgehaalde of thuisgeleverde maaltijden of bij familie en vrienden**.

Op een gemiddelde dag in 2025 consumeerde 17% van de Belgen een plantaardige alternatief voor zuivel, vooral margarine en plantaardige drinks. De dagpenetratie van plantaardige alternatieven blijft dus ver achter op die van zuivel (71%). **Ook de verklaarde eetfrequentie van plantaardige alternatieven ligt een heel stuk lager dan die van zuivelproducten**. Verder merken we ook dat de meeste consumenten van plantaardige alternatieven ook zuivel consumeren: 82% van wie de dag voordien een plantaardig alternatief gebruikte, consumeerde diezelfde dag ook een zuivelproduct. Ze wisselen dus af in functie van smaak of toepassing. **Het aantal veganisten blijft bij Belgen tussen 18 en 65 jaar beperkt tot 1%**. Bij jongvolwassenen (18-34 jaar) ligt het aandeel veganisten iets hoger, namelijk 4%.

HOUDING TEGENOVER ZUIVEL: MEESTE BELGEN VINDEN ZUIVEL LEKKER EN GEZOND

Een grote meerderheid van de Belgen geniet van zuivel: ze vinden zuivel **lekker** (91%), **veelzijdig** (94%), **kwaliteitsvol** (89%) en **hedendaags** (86%). Daarnaast beschouwen 87% van de Belgen zuivel als een **deel van hun eetcultuur en tradities.**
Ook qua gezondheid scoort zuivel goed: 8 op 10 Belgen vinden dat zuivel prima **past in een gezond voedingspatroon**, met een **lichte stijging** ten opzichte van eerdere jaren. Bij een rechtstreekse vergelijking tussen zuivel en plantaardige alternatieven zijn de meningen verdeeld: 1/3 denkt dat zuivel gezonder is, 1/3 dat plantaardige alternatieven gezonder zijn en 1/3 heeft geen idee. Daarnaast geeft **8% van de Belgen aan lactose-intolerant te zijn of een (koemelk)allergie te hebben. Nog eens 7% zegt zuivel moeilijk te verdragen**. 30% van de Belgen denkt ten onrechte dat mensen met lactose-intolerantie helemaal geen zuivel kunnen verdragen en nog eens 39% geeft aan hierover geen idee te hebben. **Twee derde van de Belgen heeft vertrouwen in de inspanningen van de Belgische zuivelsector op het vlak van milieu en dierenwelzijn**. De **helft** van de Belgen zegt bij hun zuivelaankopen te letten op het land van herkomst en **2 op 3** zegt **een voorkeur te hebben voor Belgische producten**.

- LEKKER
- VEELZIJDIG
- KWALITEITSVOL
- HEDENDAAGS
- TRADITIES
- GEZOND

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