Te volle dagplanning legt druk op familieleven van de Belgen

**9 op 10 Belgen wil meer tijd doorbrengen met familie en vrienden**

Brussel, 29 november 2019 – **Het hoge tempo van ons dagdagelijkse leven legt steeds vaker druk op het familieleven van de Belg. Het verrast dan ook niet dat 9 op de 10 Belgen meer tijd wenst te spenderen met familie en vrienden. 7 op de 10 Belgen wil ook meer tijd om een verse maaltijd te koken en er achteraf met anderen van te kunnen genieten. Dat blijkt uit een studie in opdracht van kookplatform *Lekker van bij ons.* Volgens veranderingspsycholoog Herman Konings liggen de evoluties in onze huidige individualisering, de voedingsindustrie en veranderende gezinspatronen hiervan aan de basis.**

* **9 op de 10 Belgen (91%) wil graag meer tijd doorbrengen met vrienden en familie**
* **7 op de 10 (71%) wenst meer tijd om een verse maaltijd te koken en achteraf samen te tafelen**
* **Jongeren (< 30 jaar) spenderen gemiddeld 4,5 uren per week aan koken**
* **Meer dan de helft van de Belgen (56%) houdt rekening met de Belgische afkomst bij de aankoop van producten**

**Van traditie en structuur… naar chaos en drukte**

Het is vooral de opkomende individualisering gecombineerd met het huidige haastige tijdperk dat het tafelritueel in gedrag brengt. *“Vroeger was het eetmoment sterk gebonden aan traditie, waarbij het hele gezin samen aan tafel kwam om te eten. Die tijd is al lang voorbij. Het aloude stramien van drie vaste eetmomenten per dag raakt versnipperd tot het eten van kleinere maaltijden op momenten die de drukke dagplanning toelaat.”* licht veranderingspsycholoog Herman Konings toe.

De Belg eet het ontbijt en de lunch steeds vaker alleen of onderweg. Het avondmaal daarentegen wordt wel nog geregeld samen gegeten. Zo eet 1 op 5 Belgen (18%) minder dan 5 dagen per week het diner in gezinsverband, 3 op 5 minder dan 5 dagen per week samen ontbijt en 7 op de 10 minder dan 5 dagen per week samen lunch.(iVox voor VLAM)

Opvallend is dat vrijwel iedereen (91%) aangeeft nood te hebben aan *quality time* met vrienden en familie. 7 op de 10 (71%) zou graag meer tijd spenderen aan het koken van een verse maaltijd thuis. Slechts de helft (56%) zou deze extra tijd aan een restaurantbezoek besteden (56%).(iVox voor VLAM)

**Bewuster kiezen voor lokaal**

Het enorme aanbod enerzijds en de continue stroom aan informatie anderzijds zorgen ervoor dat de consument vandaag meer dan ooit nood heeft aan geruststelling. *“Vandaag vinden we in de winkelrekken niet alleen producten van over de hele wereld terug, maar zien we ook een toegenomen aanbod van kant-en-klare maaltijden die verleidelijk zijn in het drukke leven van de gemiddelde Belg. Voeg daar nog een toegenomen ecologisch bewustzijn aan toe en het besef dat we met z’n allen meer zorg moeten dragen voor onze planeet en je krijgt heel wat verwarde consumenten die door het bos de bomen niet meer zien en niet meer weten wat goed of slecht is”*, verklaart Herman Konings.

Die onzekerheid zorgt ervoor dat de Belg teruggrijpt naar inlandse producten omwille van kwaliteit, versheid, milieu en garanties maar ook omdat ze de lokale economie wil ondersteunen. Meer dan de helft van de Belgen (56%) houdt daarom rekening met de Belgische afkomst wanneer ze producten aankopen. Toch mogen onze producten nog iets meer in het oog springen. Drie op vier Belgen (74%) geeft aan dat de kans groter is dat die een product zou aankopen als er een duidelijke vermelding van Belgische herkomst op vermeld staat, en 72% wil zelfs meer betalen voor producten die afkomstig zijn van lokale boeren of producenten. Zo heeft 7 op de 10 bijvoorbeeld een sterke voorkeur voor vlees van Belgische herkomst. (iVox voor VLAM)

**Een balans tussen goesting, gemak en gezondheid**

Bijna 7 op de 10 Belgen (67%) omschrijft zijn ideale voedingspatroon als gezond. Een derde (33%) spreekt van een dieet van lokaal geproduceerde voeding, bijna 1 op de 3 (28%) eet vetarm, 1 op 5 (19%) biologisch, 1 op 5 (18%) caloriearm en bijna 1 op 8 (13%) eet kant en klare maaltijden. Over het algemeen is de Belg continu op zoek naar een balans tussen goesting, gemak en gezondheid. (iVox voor VLAM)

Er is ook duidelijk sprake van generationele verschillen. Waar de oudere generatie meer tijd neemt om te koken (gemiddeld 7 uren per week)GfK en vooral om te genieten, staat bij jongeren gemak voorop. Ze spenderen 25% minder tijd aan koken (gemiddeld 4,5 uren per week) GfK, eten minder op vaste tijdstippen en kiezen vaker voor snelle en voor de hand liggende oplossingen zoals afhaalmaaltijden, kant- en klare maaltijden, éénpansgerechten, voorgesneden groenten en fruit, diepvriesproducten, aan huis leveringen etc. Gezondheid wint aan belang, maar als ze moeten kiezen tussen smaak, gemak en gezondheid, moet gezondheid nog regelmatig inboeten.

**Steeds meer mannen achter de winkelkar**

Het onderzoek toont ook een opmerkelijke shift in wie thuis verantwoordelijk is voor de aankoop van voeding. Tien jaar geleden was dit in 70% van de gevallen de vrouw en in slechts 30% van de gevallen de man. Dit percentage verschoof in 2019 naar 58% vrouwen en 42% mannen, een logisch gevolg van het stijgend aantal alleenstaanden en tweeverdienersgezinnen.(iVox voor VLAM)

**Social eating terug van weggeweest**

Een steeds drukker leven aan een continu jachtig tempo zorgt vandaag voor een verrassende tegenreactie. *“Meer dan ooit willen we met z’n allen terugkeren naar de oeroude romantiek van tradities en samen genieten van de typische Belgische klassiekers,* zoals steak of stoofvlees met frietjes, *die zo veel warme herinneringen oproepen. Tegelijkertijd blijven we ultramodern en genieten we van de voordelen van de huidige digitale innovaties om iedereen rond de tafel te krijgen.”* besluit Konings.  *“Ook de druk op ons gezondheids- én milieubewustzijn duwt ons steeds terug naar de basis en leidt ons in de richting van pure, natuurlijke en streekgebonden producten die we vertrouwen.”*

Liliane Driesen, woordvoerder van Lekker van bij ons, beklemtoont het belang van samen tafelen. *“Voeding fungeert al eeuwen als sociaal smeermiddel, zeker in onze bourgondische eetcultuur, en het eetmoment is een ultiem moment van ontspanning en samenhorigheid. Het is jammer dat een druk professioneel of een volgeboekt privéleven ervoor zorgt dat we niet meer de nodige tijd nemen om te eten, laat staan om er samen van te genieten. Daarom herinneren we consumenten graag aan het belang van producten van bij ons en moedigen we aan om samen te genieten van een gebalanceerde maaltijd.”*

**Over Lekker van bij ons en VLAM**

VLAM promoot de producten van bijons in het binnenland onder de noemer ‘Lekker van bij ons’. We geven daarmee aan dat we terecht fier mogen zijn op alles wat de Vlaamse landbouw, tuinbouw en visserijsector voortbrengt. Alle producten zijn immers afkomstig van absolute vakmensen die zich dagelijks met hart en ziel inzetten.

Producten die wij laten schitteren zijn **zuivelproducten, aardappelen, groenten & fruit, vis, vlees, bier, bioproducten, streekproducten en bloemen & planten van bij ons. We brengen ze onder de aandacht op het ritme van hun seizoen.**