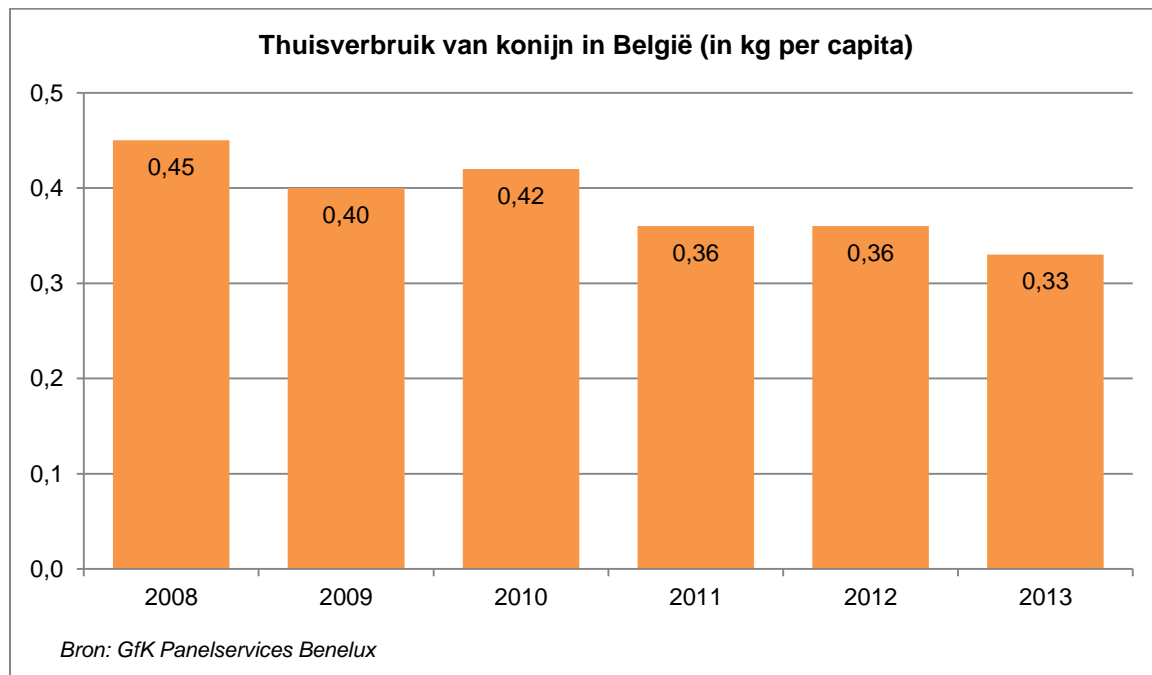


## Thuisverbruik van konijn in België in 2013

*Het thuisverbruik van konijn daalde van 0,36 kg per capita in 2012 tot 0,33 kg per capita in 2013. Sinds 2008 noteren we een daling in het volume van 27% en dit omwille van een dalend aantal kopende gezinnen. Vooral de oudere bevolking, waar de grootste verbruikers zitten, verliest interesse in konijn. Konijn wordt vooral aangekocht in de hypermarkten en grotere supermarkten. Het marktaandeel van hard discount (Aldi en Lidl) is voor konijn beperkt. Dit alles blijkt uit gegevens van het marktonderzoeksbureau GfK Panelservices Benelux in opdracht van VLAM.*

### Minder gezinnen kopen konijn

Het totale thuisverbruik van vlees (inclusief gevogelte en wild) daalde van 34,9 kg per capita in 2008 tot 31,8 kg per capita in 2013. Binnen deze dalende vleesmarkt kent ook het thuisverbruik van konijn een daling van 0,45 kg per capita in 2008 tot 0,33 kg per capita in 2013. De gemiddelde prijs steeg in deze periode wel van 7,57 euro per kilo tot 9,20 euro per kilo, maar dit heeft niet kunnen voorkomen dat we ook een daling kennen in besteding (van 3,43 euro per capita in 2008 tot 3,00 euro per capita in 2013). De volumedaling is vooral toe te schrijven aan een lager aantal kopende gezinnen. In 2008 kocht nog 29% van de Belgische gezinnen minstens 1 keer konijn, in 2013 was dit nog slechts 23% van de gezinnen. De aankoopfrequentie voor konijn bleef met 2,3 keer per jaar eerder beperkt.



### Een geheel konijn, in stukken versneden blijft de populairste aanbestedingsvorm

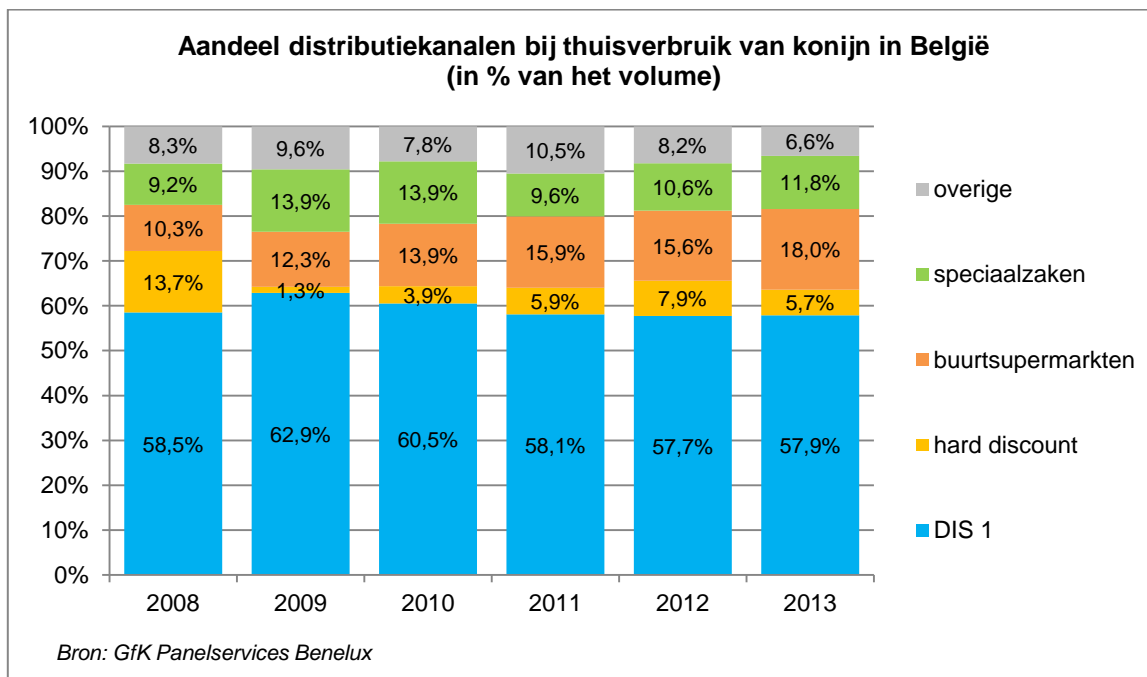
Konijn wordt voor het overgrote deel (97%) vers gekocht. Het geheel, versneden konijn is de populairste aanbestedingsvorm met een volumeaandeel van 56%. We merkten de voorbije jaren wel een verschuiving naar konijn in stukken, maar in 2013 verloor het konijn in stukken wel opnieuw marktaandeel tot 25% van het volume. Het volledige, niet versneden konijn was in 2013 nog goed voor 19% van de markt.

### Oudere bevolking verliest interesse in konijn

Konijn wordt in verhouding vaker gekocht door de oudere bevolking. De terugval van konijn is echter vooral bij die oudere bevolking te merken. Het zijn immers net de meer frequente kopers van konijn die opnieuw interesse verliezen en vorig jaar duidelijk minder konijn kochten.

## Supermarkten goed voor ruim helft konijnenverkoop

DIS 1 (de hypermarkten en grotere supermarkten zoals Colruyt, Delhaize Super, Carrefour Market ...) hebben met een volumeaandeel van 58% een sterke positie voor konijn. Dit aandeel neemt de laatste jaren wel af ten voordele van de buurtsupermarkten. Opvallendste vaststelling is echter het eerder lage marktaandeel voor hard discount (Aldi en Lidl). Slechts 6% van de aangekochte hoeveelheid passeert bij hen langs de kassa. Ter vergelijking: voor totaal vlees bedraagt het marktaandeel van hard discount 15%.



DIS 1: Carrefour Hyper, Carrefour Market, Colruyt, Delhaize Super...