



**DEDICATED®**

**JUNI 2025**



**OPINIEPEILING OVER KALVEREN  
IN DE ZUIVELINDUSTRIE**

**Vlaanderen**

**GAIA**



01

Presentatie van  
het onderzoek

02

Resultaten

03

Conclusies en  
aanbevelingen

# Methodologie



Onderzoek uitgevoerd door **Dedicated** in opdracht van **GAIA**.

---



De vragenlijst werd opgemaakt door **Dedicated** en goedgekeurd door **GAIA**. De gemiddelde invultijd bedroeg **5 minuten**.

---



**1.000 Belgen van 18 jaar en ouder** werden willekeurig online geïnterviewd via het @panel van Dedicated (Ded@panel) **tussen 16 april en 29 april 2025**.

---



De steekproef werd gewogen op de volgende criteria: geslacht, leeftijd, Gewest, enz. om ervoor te zorgen dat de steekproef strikt representatief is voor de referentiepopulatie.

---



De maximale foutenmarge (voor geobserveerde frequenties nabij 50%) bedraagt **3,1%**.

---



Het onderzoek werd uitgevoerd met strikte naleving van de gedragscodes van EMRQS (Efamro Market Research Quality Standards) en ESOMAR-CUBE.

---

# Technische fiche



Elke slide wordt op dezelfde manier gepresenteerd: bovenaan in de titel vind je de belangrijkste resultaten van deze slide, en onderaan de grafiek wordt herinnerd aan de vraag die werd gesteld.

---



Onderaan op de slide verduidelijken we de basis en het type antwoord:

- **“geholpen” antwoorden:** de respondent kon kiezen tussen verschillende antwoordopties;
- **“spontane” antwoorden:** er werden geen antwoordopties voorgelegd en de respondent moest het antwoord zelf invullen.

# Hoe lees ik de resultaten?



Alle resultaten zijn uitgedrukt in percentages (%), tenzij anders vermeld.

---



Om de foutenmarge toe te passen, raden we volgende waarden aan:

- Ligt de geobserveerde frequentie dicht bij **5% of 95%**, dan bedraagt de overeenkomstige foutenmarge **1,4%**.
  - Ligt de geobserveerde frequentie dicht bij **25% of 75%**, dan bedraagt de overeenkomstige foutenmarge **2,5%**.
  - Ligt de geobserveerde frequentie dicht bij **50%**, dan bedraagt de overeenkomstige foutenmarge **3,1%**.
- 

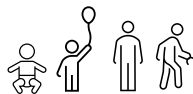


De significantie wordt gemeten met een betrouwbaarheidsniveau van **95%**.

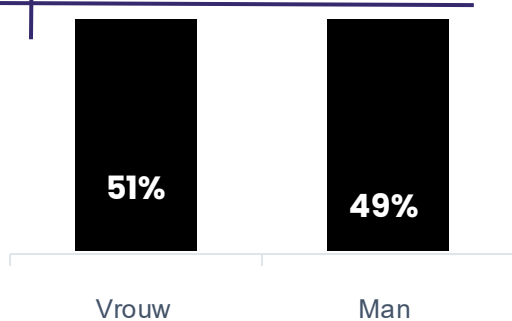
Significante verschillen zijn aangeduid met volgend symbool (+) en worden altijd opgegeven voor het hoogste resultaat.



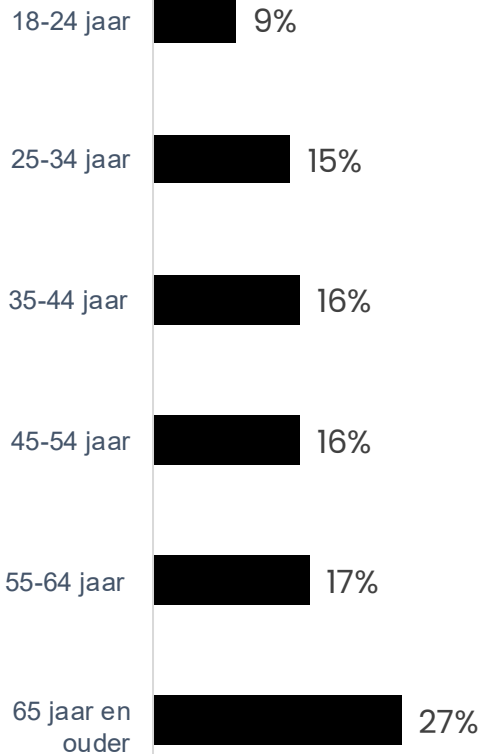
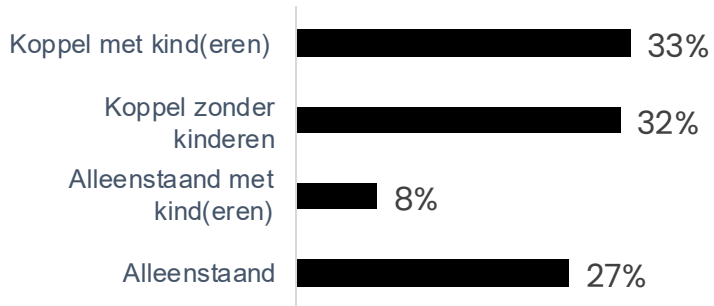
## Leeftijd



## Geslacht



## Gezinssituatie



# Beschrijving van de steekproef

**DEDICATED**



01

Presentatie van  
het onderzoek

02

Resultaten

03

Conclusies en  
aanbevelingen



**DEDICATED®**

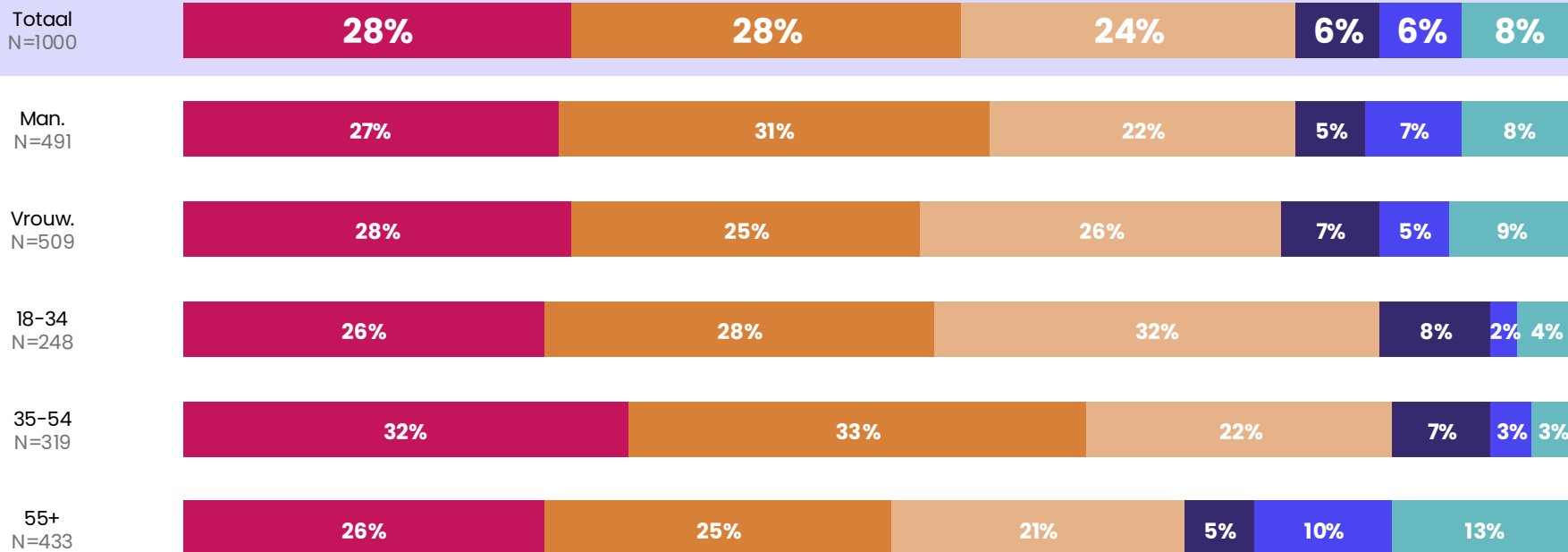
↖ ↗  
↙ ↘

Consumptiegewoonten van zuivelproducten en  
praktijken binnen de zuivelindustrie

## Bijna één Vlaming op de 10 consumeert nooit of bijna nooit dierlijke melk ; globale trend tussen verschillende categorieën van de bevolking.



■ Meerdere keren per dag    
 ■ Een keer per dag    
 ■ Meerdere keren per week    
 ■ Een keer per week    
 ■ Minder vaak dan een keer per week    
 ■ Nooit of zo goed als nooit



Basis: totale steekproef (N =1.000)

Q2.a: Hoe vaak consumeert u melk van dierlijke oorsprong?



**“Uit gewoonte”** (62%) en **“Smaak”** (60%) zijn de twee belangrijkste redenen voor het consumeren van dierlijke melk in Vlaanderen.



	Totaal	Geslacht		Leeftijd		
		Mannen	Vrouwen	18-34	35-54	55+
	N=920	N=456	N=464	N=240	N=306	N=374
Uit gewoonte	62%	61%	62%	59%	61%	65%
De smaak	60%	61%	60%	60%	62%	59%
Het nutritionele aspect (calcium, proteïnen, enz.)	41%	41%	41%	40%	44%	39%
Makkelijk te vinden / beschikbaarheid	33%	34%	32%	29%	32%	37%
De prijs	29%	27%	30%	31%	35%	22%
Andere	1%	2%	1%	/	1%	2%

Basis: minder dan één keer per week of vaker dierlijke melk consumeren (N = 920)

Q2.b: Wat zijn de voornaamste redenen waarom u dierlijke melk consumeert?



De belangrijkste redenen om geen dierlijke melk te consumeren zijn **“de smaak”** (49%), **“de gezondheid”** (30%) en **“het dierenwelzijn”** (8%).



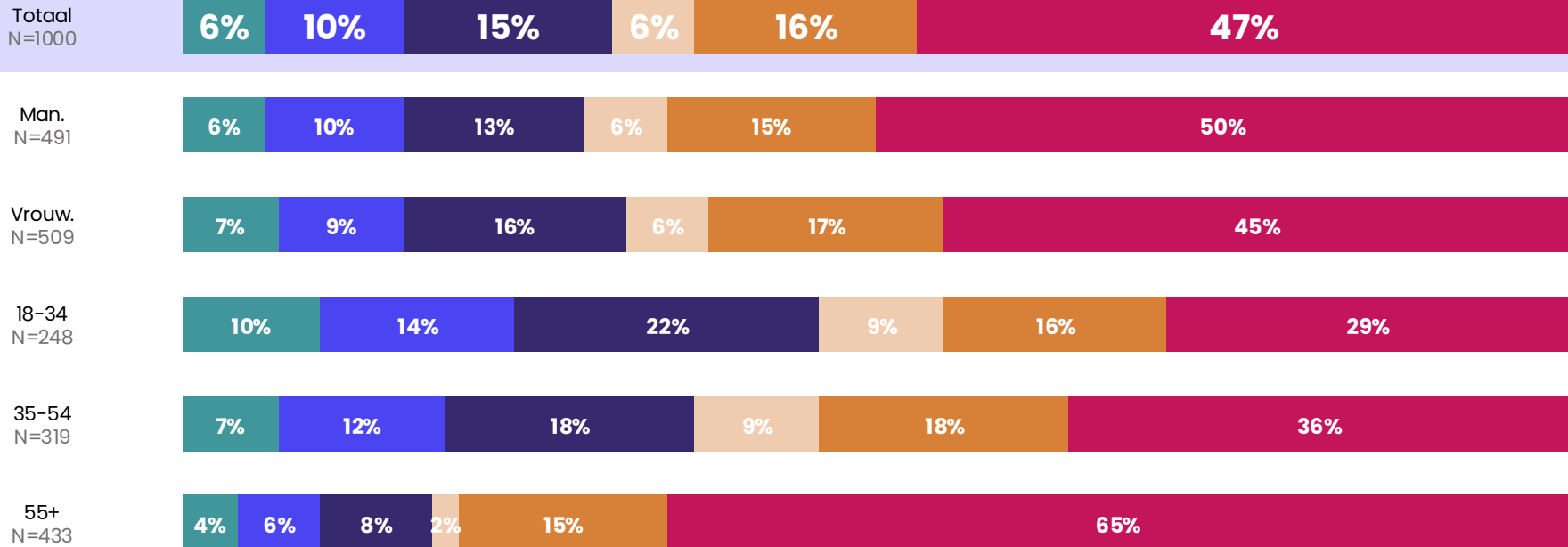
	Totaal	Geslacht		Leeftijd		
		Mannen	Vrouwen	18-34	35-54	55+
	N=80	N=35	N=45	N=8	N=13	N=59
De smaak	49%	53%	45%	32%	41%	52%
Om gezondheidsredenen (intolerantie, allergie, enz.)	30%	28%	31%	43%	51%	24%
Het dierenwelzijn	8%	6%	10%	52%	/	5%
Het milieu (minder waterverbruik, kleinere ecologische voetafdruk, enz.)	5%	10%	2%	19%	7%	3%
De prijs	4%	7%	1%	17%	/	3%
Andere	9%	9%	8%	/	8%	10%
Ik hou er niet van	8%	8%	8%	/	/	10%

Basis: **nooit of zo goed als nooit** dierlijke melk consumeren (N =80)

Q2.c: Om welke redenen consumeert u geen (of weinig) dierlijke melk?



**Bijna 4 op de 10 Vlamingen (37%)** consumeren minstens één keer per week plantaardige alternatieven (“elke dag”, “één keer per dag”, “meerdere keren per week” of “één keer per week”), de meerderheid onder jongeren tussen **18 en 34 jaar** (55%).



Basis: totale steekproef (N =1.000)

Q2.d : Hoe vaak consumeert u plantaardige alternatieven voor dierlijke melk (bv. amandel-, soja-, haveremelk, enz.)?



“**Smaak**” (46%), “**Gezondheid**” (33%) en “**Het milieu**” (26%) zijn de belangrijkste redenen voor het consumeren van plantaardige alternatieven. Voor 1 op 4 Vlamingen (25%) is “**Het dierenwelzijn**” ook een reden om plantaardige alternatieven in plaats van dierlijke melk te consumeren.



	Totaal	Geslacht		Leeftijd		
		Mannen	Vrouwen	18-34	35-54	55+
	N=741	N=349	N=392	N=220	N=258	N=263
De smaak	46%	43%	49%	43%	45%	50%
Om gezondheidsredenen (intolerantie, allergie, enz.)	33%	32%	34%	36%	36%	26%
Het milieu (minder waterverbruik, kleinere ecologische voetafdruk, enz.)	26%	27%	25%	32%	21%	25%
Het dierenwelzijn	25%	19%	29%	30%	22%	22%
De prijs	19%	20%	19%	23%	24%	12%
Andere	6%	8%	5%	3%	7%	9%

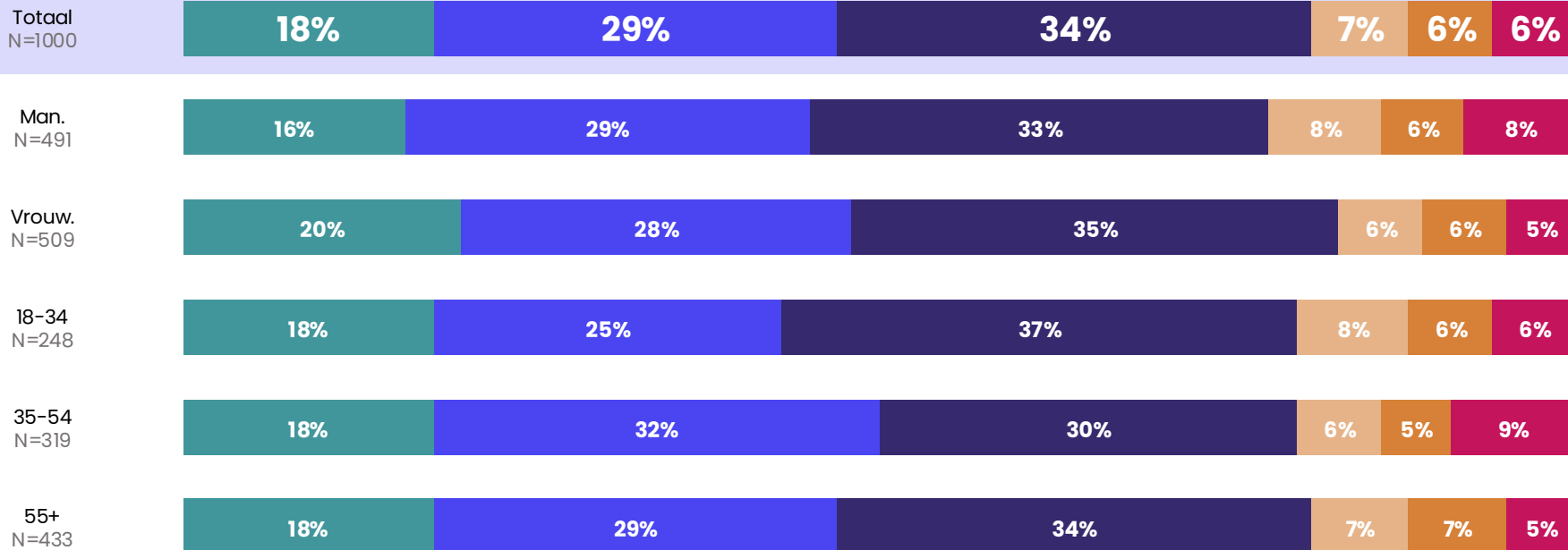
Basis: plantaardige alternatieven voor dierlijke melk consumeren (N =741)

Q2.e: Wat zijn uw voornaamste redenen om plantaardige melk in plaats van dierlijke melk te consumeren?

**Bijna 9 op 10 Vlamingen (88%)** consumeren minstens één keer per week zuivelproducten (andere dan dierlijke of plantaardige melk) ("elke dag", "één keer per dag", "meerdere keren per week" of "één keer per week").



■ Meerdere keren per dag
 ■ Een keer per dag
 ■ Meerdere keren per week
 ■ Een keer per week
 ■ Minder vaak dan een keer per week
 ■ Nooit of zo goed als nooit



Basis: totale steekproef (N =1.000)

Q2.f : Hoe vaak consumeert u andere zuivelproducten (buiten dierlijke of plantaardige melk, met andere woorden: kaas, yoghurt, boter, room enz.)?



**Kaas (88%), yoghurt (80%) en boter (73%)** zijn de zuivelproducten die het vaakst worden geconsumeerd, alle profielen samen.



	Totaal	Geslacht		Leeftijd		
		Mannen	Vrouwen	18-34	35-54	55 +
	N=967	N=472	N=495	N=242	N=307	N=418
Kaas	88%	87%	89%	81%	89%	91%
Yoghurt	80%	76%	83%	79%	85%	77%
Boter	73%	70%	76%	69%	74%	75%
Room	49%	43%	55%	50%	54%	44%
Andere	2%	1%	2%	1%	1%	2%

Basis : zuivelproducten consumeren (N =967)

Q2.g : Welke andere soorten zuivelproducten consumeert u, ook al is dat enkel af en toe?





**DEDICATED®**

**GAIA**



Perceptie van de praktijken van de zuivelindustrie

Er is een gebrek aan algemene kennis over de realiteit van de praktijken in de zuivelsector. Zo weten **4 op de 10 Vlamingen** niet dat koeien moeten bevallen van een kalf om melk te kunnen produceren en weet **minder dan de helft van de Vlamingen** dat kalveren meestal binnen enkele uren na de geboorte van hun moeder worden gescheiden.



■ Ja ik wist dit

■ Nee ik wist dit niet

Zo'n 12% van de kalveren sterft nog voor ze de slachtleeftijd hebben bereikt [...]

17%

83%

Twee weken na hun geboorte worden kalveren vaak al naar kalvermesterijen vervoerd, terwijl hun immuunsysteem nog kwetsbaar is

18%

82%

Elk jaar worden in België meer dan 300.000 kalveren uit de zuivelindustrie gekweekt en geslacht

29%

71%

Door de omstandigheden tijdens het transport en het kweken kunnen de kalveren ziek worden [...]

30%

70%

In de zuivelindustrie worden kalveren meestal al binnen enkele uren na de geboorte van hun moeder gescheiden

45%

55%

Kalveren worden tijdens de eerste weken van hun leven vaak in individuele hokken opgesloten

46%

54%

Om melk te kunnen produceren, moeten koeien bevallen van een kalf

60%

40%

Melk is niet de enige bron van calcium voor mensen

82%

18%

Basis: totale steekproef (N =1.000)

Q2.h: Hier ziet u een reeks beweringen, kunt u voor elke bewering aanduiden of u dit wist of niet?



Jongeren tussen 18 en 34 jaar hebben een grotere algemene kennis van veel aspecten van de zuivelindustrie dan mensen over 35 jaar en nog meer dan 55 jaar en ouder.



% ik wist dit

Zo'n 12% van de kalveren sterft nog voor ze de slachtleeftijd hebben bereikt [...]

Twee weken na hun geboorte worden kalveren vaak al naar kalvermesterijen vervoerd, terwijl hun immuunsysteem nog kwetsbaar is

Elk jaar worden in België meer dan 300.000 kalveren uit de zuivelindustrie gekweekt en geslacht

Door de omstandigheden tijdens het transport en het kweken kunnen de kalveren ziek worden [...]

In de zuivelindustrie worden kalveren meestal al binnen enkele uren na de geboorte van hun moeder gescheiden

Kalveren worden tijdens de eerste weken van hun leven vaak in individuele hokken opgesloten

Om melk te kunnen produceren, moeten koeien bevallen van een kalf

Melk is niet de enige bron van calcium voor mensen

	Totaal	Geslacht		Leeftijd		
		Mannen	Vrouwen	18-34	35-54	55+
	N=1000	N=491	N=509	N=248	N=319	N=433
Zo'n 12% van de kalveren sterft nog voor ze de slachtleeftijd hebben bereikt [...]	17%	17%	17%	<b>27%</b>	<b>17%</b>	<b>11%</b>
Twee weken na hun geboorte worden kalveren vaak al naar kalvermesterijen vervoerd, terwijl hun immuunsysteem nog kwetsbaar is	18%	21%	16%	<b>26%</b>	<b>18%</b>	<b>14%</b>
Elk jaar worden in België meer dan 300.000 kalveren uit de zuivelindustrie gekweekt en geslacht	29%	31%	27%	<b>37%</b>	<b>26%</b>	<b>26%</b>
Door de omstandigheden tijdens het transport en het kweken kunnen de kalveren ziek worden [...]	30%	32%	29%	<b>44%</b>	<b>29%</b>	<b>24%</b>
In de zuivelindustrie worden kalveren meestal al binnen enkele uren na de geboorte van hun moeder gescheiden	45%	46%	45%	<b>54%</b>	<b>42%</b>	<b>43%</b>
Kalveren worden tijdens de eerste weken van hun leven vaak in individuele hokken opgesloten	46%	48%	43%	<b>49%</b>	<b>40%</b>	<b>47%</b>
Om melk te kunnen produceren, moeten koeien bevallen van een kalf	60%	59%	61%	<b>66%</b>	<b>56%</b>	<b>60%</b>
Melk is niet de enige bron van calcium voor mensen	82%	82%	83%	77%	81%	86%

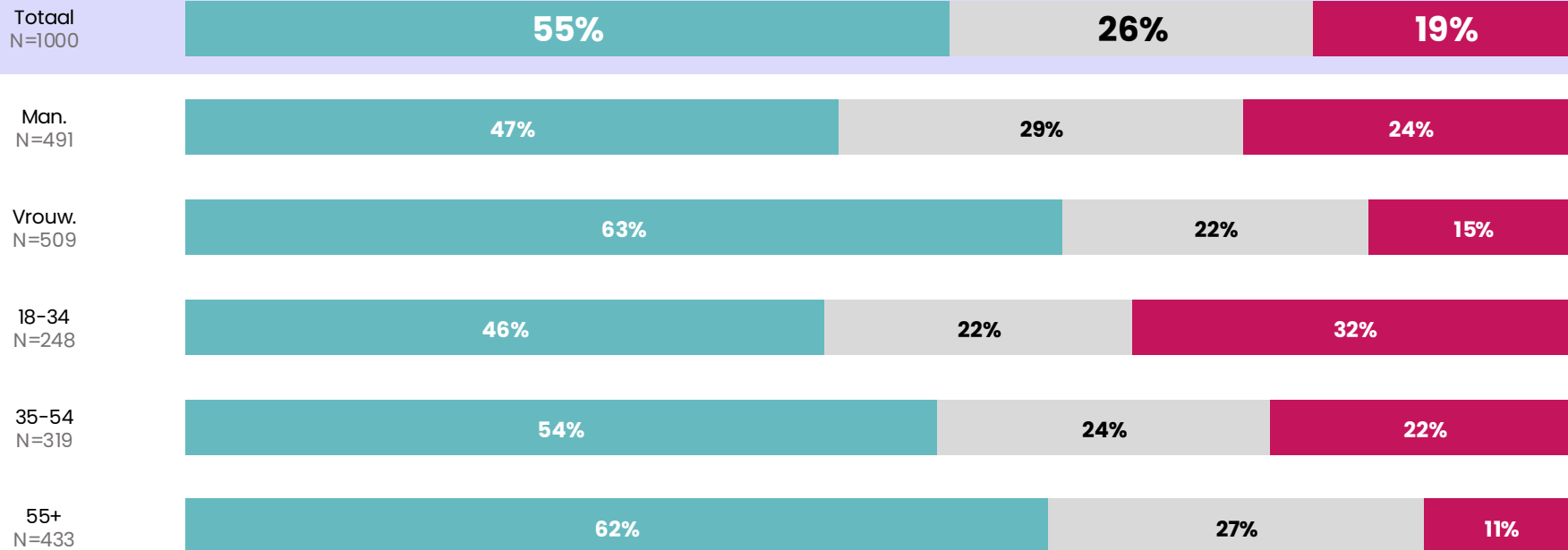


Basis: totale steekproef (N =1.000)

Q2.h: Hier ziet u een reeks beweringen, kunt u voor elke bewering aangeven of u dit wist of niet?



Meer dan de helft van de Vlamingen vindt de gangbare praktijken **onaanvaardbaar** (55%), vooral **vrouwen** (63%) en **55-plussers** (62%).



Basis: totale steekproef (N =1.000)

Q3.a : Als u naar deze feiten kijkt, wat vindt u dan van deze praktijken?

\* % « Niet aanvaardbaar » = Σ van % « Eerder niet aanvaardbaar » en « Helemaal niet aanvaardbaar »



Na het leren van de gangbare praktijken is **meer dan 1 Vlaming op 2 (52%)** bereid om zijn consumptie van dierlijke melk te verminderen, meestal bij vrouwen (61%) en jongeren tussen 18 en 34 jaar (60%).



Totaal  
N=1000



Man.  
N=491



Vrouw.  
N=509



18-34  
N=248



35-54  
N=319



55+  
N=433



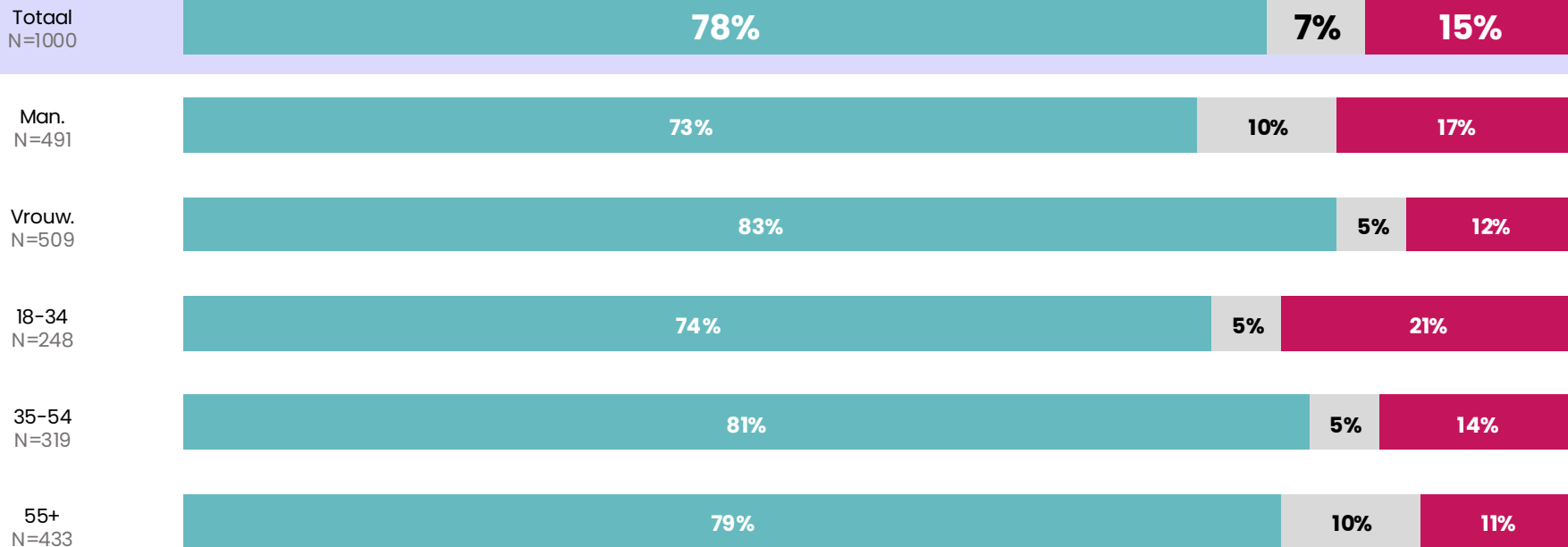
Basis: totale steekproef (N =1.000)

Q3.b : Zou u in het licht van deze feiten bereid zijn om minder dierlijke melk te gaan consumeren?

\* % « Zeker » = Σ van % « Zeker » en « Waarschijnlijk wel »



Over het algemeen vindt **de overgrote meerderheid van de Vlamingen (78%)** dat melkveehouders de gangbare praktijken moeten veranderen om de aanslag op het welzijn van kalveren te beperken; alle profielen samen.



Basis: totale steekproef (N =1.000)

\* % « Zeker » = Σ van % « Zeker » en « Waarschijnlijk wel »

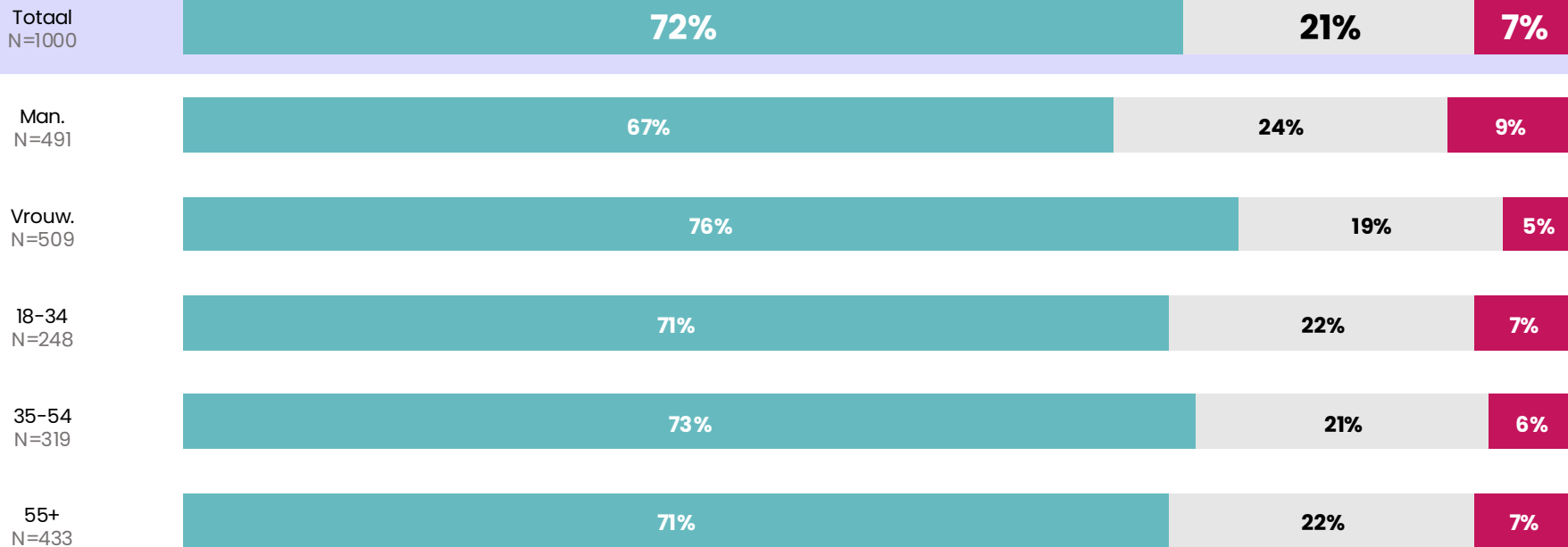
Q3.c : Vindt u dat kwekers hun praktijken zouden moeten aanpassen om deze aanslag op het welzijn van kalveren te beperken?



Bijna **3 op 4 Vlamingen (72%)** zijn voorstander van het invoeren van specifieke wetten om het welzijn van kalveren te verbeteren; alle profielen samen. Slechts 7% zijn tegen de invoering van dergelijke wetten.



■ Voorstander\*      ■ Noch voorstander noch tegenstander      ■ Tegenstander



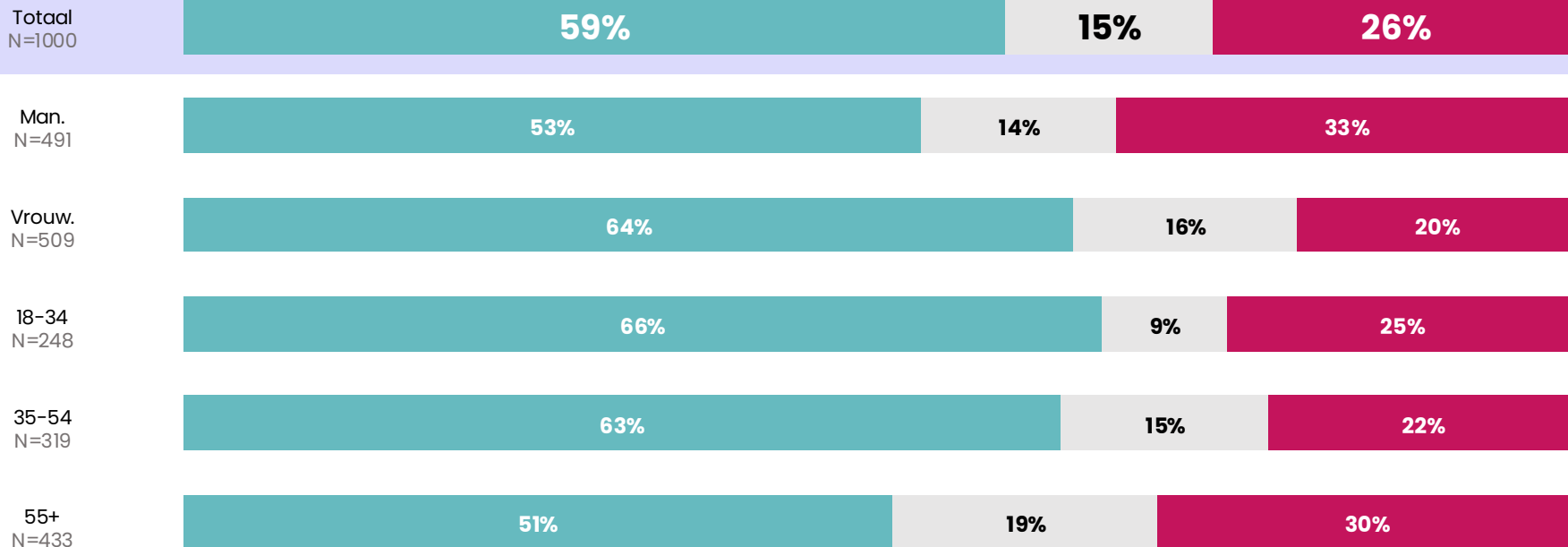
Basis: totale steekproef (N =1.000)

\* % « Voorstander » = Σ van % « Absoluut voorstander » et « Eerder voorstander »

Q3.d : Bent u voorstander van de invoering van nieuwe wetten rond praktijken in de zuivelindustrie om het welzijn van kalveren te verbeteren?



Bijna **6 op de 10 Belgen (59%)** vinden dat supermarkten plantaardige alternatieven beter moeten promoten, een trend die het meest voorkomt bij vrouwen (**64%**) en mensen tussen 18 en 34 jaar (**66%**).



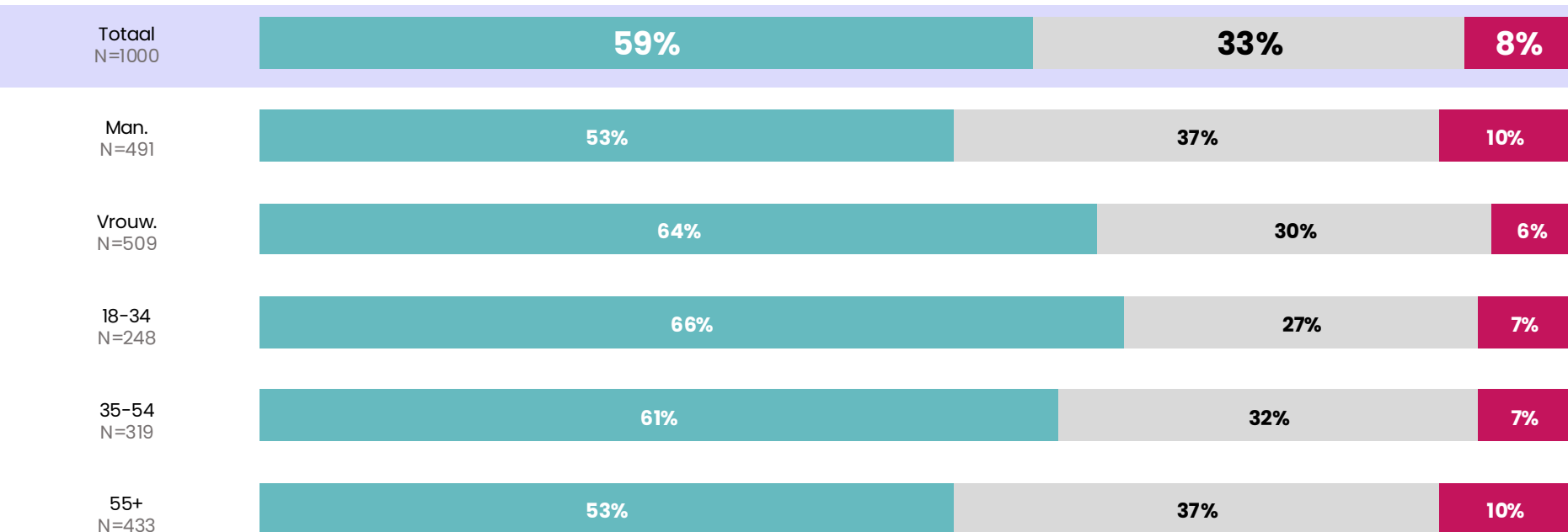
Basis: totale steekproef (N =1.000)

Q3.e : Zouden supermarkten plantaardige alternatieven voor zuivelproducten meer moeten promoten?

\* % « Zeker » = Σ van % « Zeker » en « Waarschijnlijk wel »



**6 op 10 Vlamingen** vinden dat de politieke partij van hun voorkeur wetswijzigingen in de zuivelindustrie openlijk moet steunen. Slechts **8%** zijn geen voorstander.



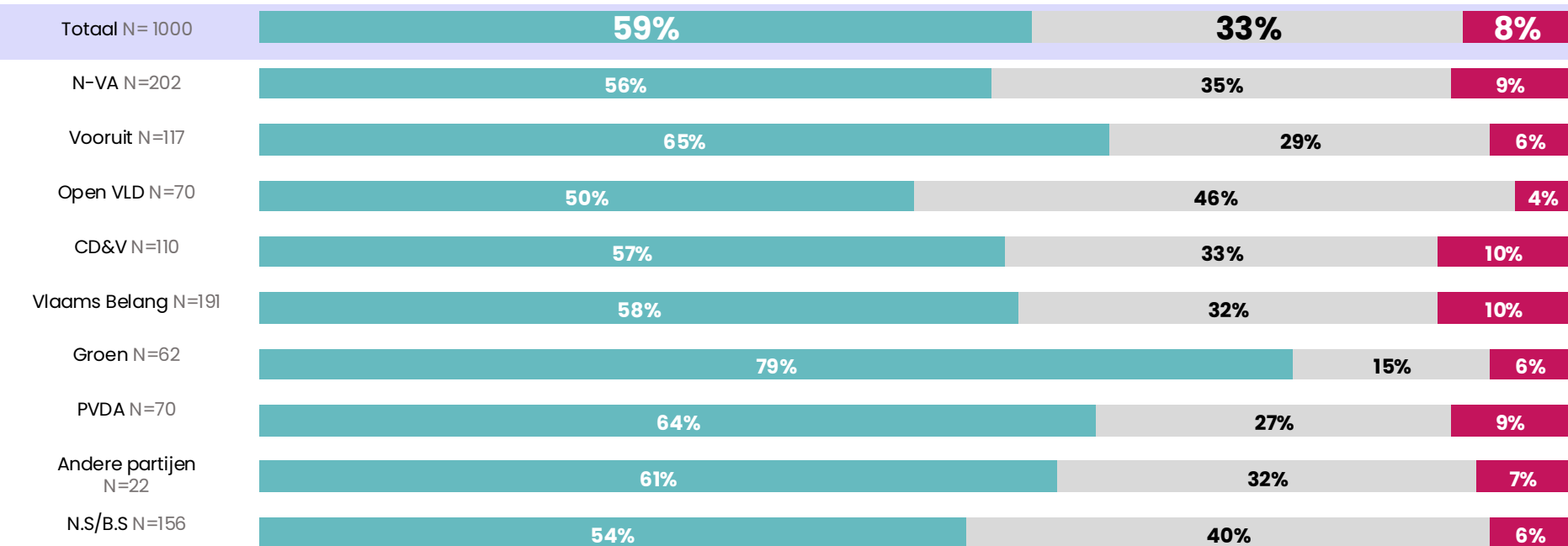
Basis: totale steekproef (N =1.000)

\* % « Mee eens » = Σ van % « Helemaal eens » en « Eerder eens »

Q3.f : Vindt u dat de politieke partij van uw voorkeur (de partij waarvoor u bij de laatste regionale verkiezingen hebt gestemd) wetswijzigingen zou moeten steunen om de praktijken in de zuivelindustrie aan te pakken?



Over alle partijgrenzen heen is een groot deel van de kiezers er voorstander van dat hun politieke partij zich inzet om de wetgeving met betrekking tot de praktijken in de zuivelindustrie te veranderen.



Basis: totale steekproef (N =1.000)

\* % « Mee eens » = Σ van % « Helemaal eens » en « Eerder eens »

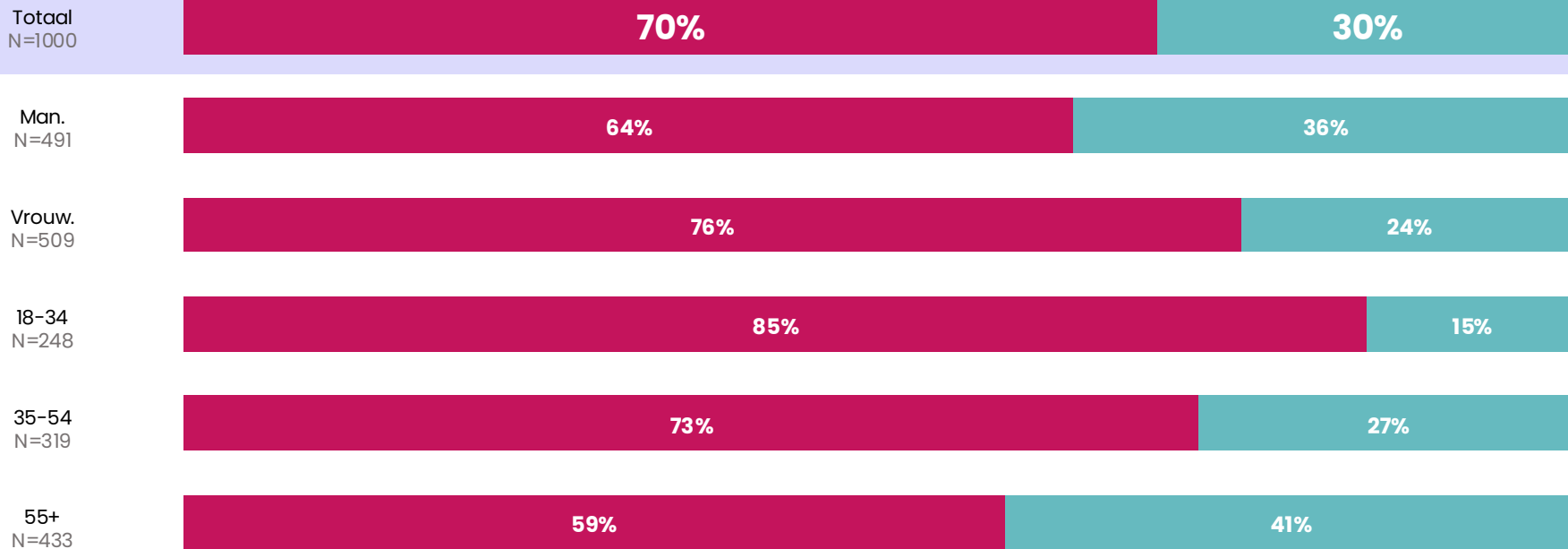
Q3.f : Vindt u dat de politieke partij van uw voorkeur (de partij waarvoor u bij de laatste regionale verkiezingen hebt gestemd) wetwijzigingen zou moeten steunen om de praktijken in de zuivelindustrie aan te pakken?



**7 van de 10 Vlamingen** zeggen dat verzet van de politieke partij van hun voorkeur tegen nieuwe regelgeving voor praktijken in de zuivelindustrie het imago van die partij zou schaden. Dit is vooral het geval voor vrouwen (**76%**) en jongeren van 18 tot 34 jaar (**85%**).



■ **Schadelijk\***    ■ **Niet schadelijk**



Basis: totale steekproef (N =1.000)

\* % « Zeer schadelijk » = Σ van % « uitermate sterk schaden », « sterk schaden » en « licht schaden »

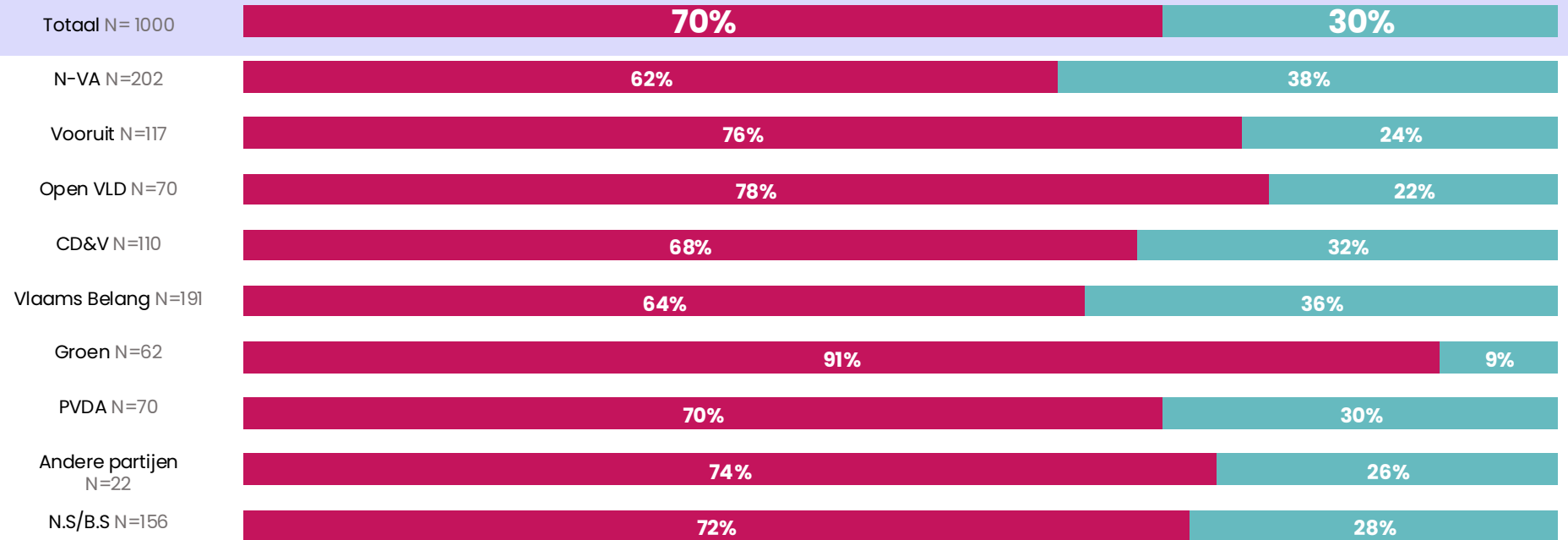
Q3.g : Mocht uw voorkeurspartij geen steun verlenen aan nieuwe regelgeving rond de praktijken in de zuivelindustrie, in hoeverre zou dit dan het beeld dat u van die partij hebt al dan niet schaden?



Ongeacht de politieke voorkeur vindt de **grote meerderheid van Vlamingen** (70%) dat het verzet van politieke partijen tegen nieuwe regelgeving in de zuivelindustrie schadelijk is voor het imago van de partijen. Bij de kiezers van de partij Groen is de negatieve impact nog groter (91%).



■ **Schadelijk\*** ■ **Niet schadelijk**



Basis: totale steekproef (N =1.000)

\* % « Zeer schadelijk » = Σ van % « uitermate sterk schaden », « sterk schaden » en « licht schaden »

Q3.g : Mocht uw voorkeurspartij geen steun verlenen aan nieuwe regelgeving rond de praktijken in de zuivelindustrie, in hoeverre zou dit dan het beeld dat u van die partij hebt al dan niet schaden?



**Bijna 1 op 2 Vlamingen (45%)** zegt niet opnieuw op de politieke partij van zijn voorkeur te stemmen als deze tegen wetgeving in de zuivelindustrie is.



Totaal  
N=890



Man.  
N=422



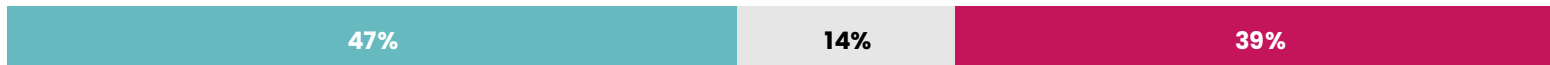
Vrouw.  
N=468



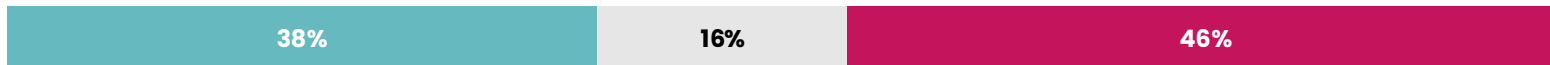
18-34  
N=238



35-54  
N=295



55+  
N=357



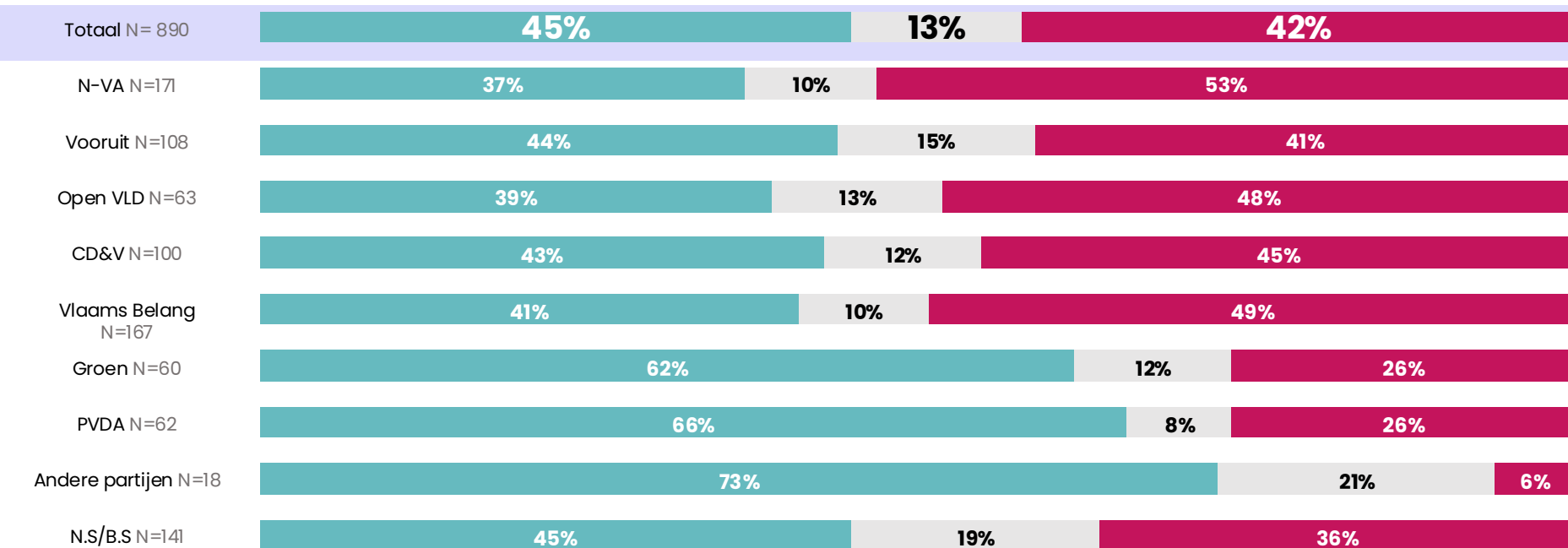
Basis: denken dat het **uitermate sterk schaden**, **sterk schaden**, **weinig of bijna niet schaden** zou zijn voor het imago van hun partij (N = 890)

\* % « Zeker » = Σ van % « Zeker » en « Waarschijnlijk wel »

Q3.h : Zou dit uw stemgedrag kunnen beïnvloeden tijdens de komende regionale verkiezingen?



Volgens **meer dan 4 op 10 Vlamingen** zou het verzet van hun politieke partij van hun voorkeur tegen nieuwe regelgeving in de zuivelindustrie zeker hun stemgedrag beïnvloeden tijdens de komende regionale verkiezingen.



Basis: denken dat het zou **uitermate sterk schaden, sterk schaden, weinig of bijna niet schaden** zou zijn voor het imago van hun partij (N=890)

\* % « Zeker » = Σ van % « Zeker » en « Waarschijnlijk wel »

Q3.h : Zou dit uw stemgedrag kunnen beïnvloeden tijdens de komende regionale verkiezingen?



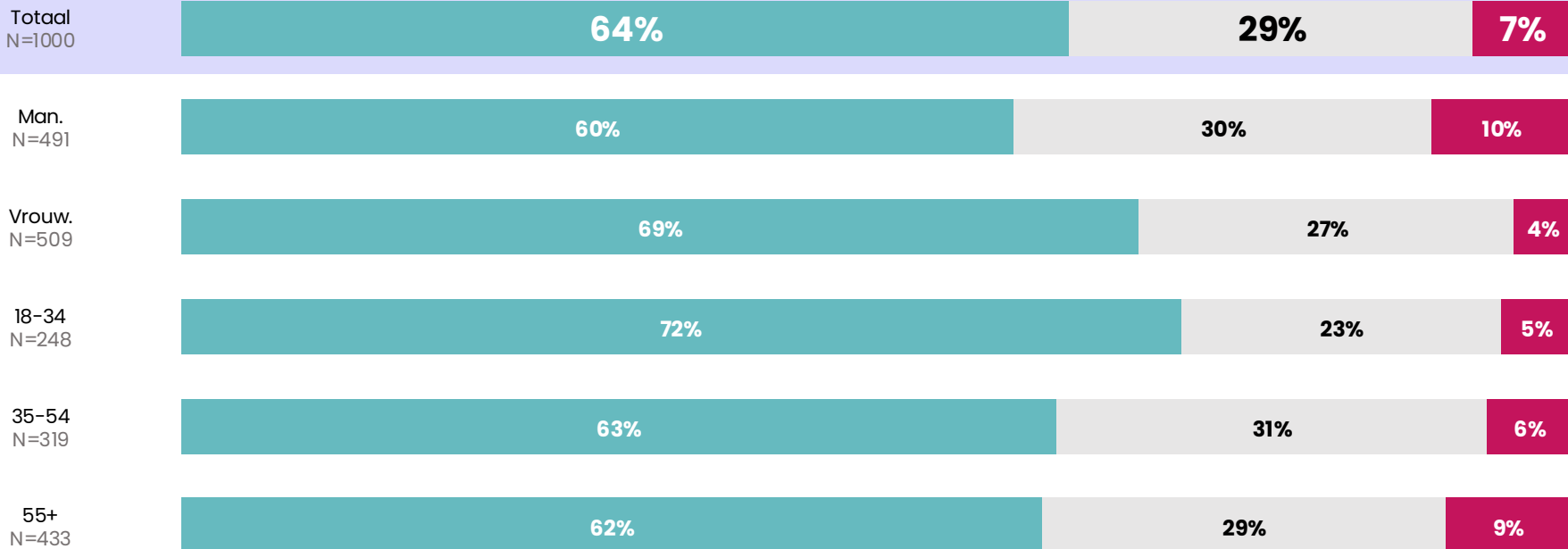
**Bijna 7 op 10 Vlamingen (64%)** zijn het ermee eens dat producenten hun communicatie moeten aanpassen om de realiteit van de landbouw beter te weerspiegelen in plaats van een geïdealiseerd beeld uit te dragen (zoals koeien in groene weiden en een vredig boerderijleven). Slechts **7%** zijn tegen deze aanpassing.



■ **Mee eens\***

■ **Noch eens noch oneens**

■ **Oneens**



Basis: totale steekproef (N =1.000)

\* % « Mee eens » = Σ van % « Helemaal eens » en « Eerder eens »

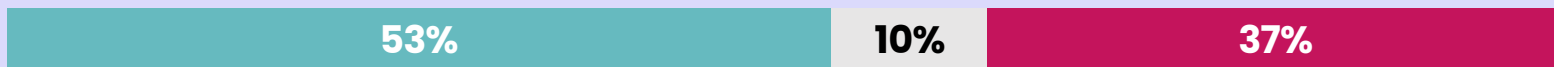
Q3.k: Vindt u dat melkproducenten hun communicatie zouden moeten aanpassen, zodat die beter de realiteit van de landbouwpraktijken weerspiegelt – in plaats van een geïdealiseerd beeld uit te dragen (zoals koeien in groene weiden en een vredig boerderijleven)?



Na het leren over de praktijken van de zuivelindustrie in een video zijn **bijna 6 op de 10 Vlamingen (53%)** van plan om de manier waarop ze dierlijke melk consumeren te veranderen, een trend die meer uitgesproken is bij **18-34-jarigen en vrouwen**.



Totaal  
N=1000



Man.  
N=491



Vrouw.  
N=509



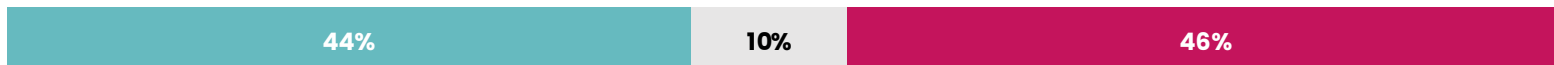
18-34  
N=248



35-54  
N=319



55+  
N=433



Basis: totale steekproef (N =1.000)

Q4.b : Ben je, op basis van wat je net hebt gezien, van plan om je melkdrinkgedrag te veranderen?

\* % « Zeker » = Σ van % « Zeker » en « Waarschijnlijk wel »





01

Presentatie van  
het onderzoek

02

Resultaten

03

Conclusies en  
aanbevelingen

# Onze conclusies – Consumptie van melk en kennis van de zuivelindustrie

1

**10% van de Vlamingen consumeren geen dierlijke melk meer.** Uit gewoonte (62%) en de smaak (60%) zijn de belangrijkste redenen waarom Vlamingen dierlijke melk consumeren.

2

**Niet-consumenten van dierlijke melk** noemen de smaak (49%) en gezondheidsredenen (intoleranties of allergieën) (30%) als belangrijkste redenen om geen dierlijke melk te consumeren. Ook het dierenwelzijn (8%) is een belangrijk obstakel voor de niet-consumptie van dierlijke melk.

3

**Plantaardige alternatieven zijn goed ingeburgerd:** 37% van de respondenten consumeren ze minstens één keer per week, waarbij de consumptie vooral hoog is onder jongeren tussen 18 en 34 jaar (55%).

4

**Motivaties voor plantaardige producten** weerspiegelen een balans tussen smaak (46%), gezondheidsredenen (33%) en het milieu (26%). Het dierenwelzijn is ook een reden om plantaardige alternatieven te consumeren, vooral bij jongeren (30%).

## Onze conclusies – Consumptie van melk en kennis van de zuivelindustrie

5

**Andere zuivelproducten** (kaas, yoghurt, boter, enz.) worden vaak geconsumeerd: 88% van de Vlamingen eten ze minstens één keer per week. Daarvan wordt kaas het vaakst geconsumeerd.

6

**Er is een schrijnend gebrek aan kennis over de opfokpraktijken:** de meeste realiteiten van de kalveropfok, zoals het feit dat een koe een kalf moet krijgen om melk te produceren, dat kalveren vanaf de eerste uren na de geboorte van hun moeder worden gescheiden en de omstandigheden waaronder ze worden vervoerd, zijn **weinig bekend** bij het grote publiek ; er zijn grote verschillen tussen de leeftijden bij de Vlamingen.

7

**Jongeren in de leeftijd van 18-34 jaar zijn zich meer bewust** van de praktijken in de sector, vooral met betrekking tot het scheiden van moeder en kalf, waar 54% van de jongeren onder de 34 jaar op de hoogte zijn, vergeleken met 42% van de 35-54-jarigen en 43% van de 55-plussers.

## Onze conclusies – Reacties op onthulde praktijken

1

**Bijna de helft van de respondenten wijst de onthulde praktijken af:** 55% vinden ze **onaanvaardbaar**. Deze mening is vooral sterk onder vrouwen (63%) en 55-plussers (62%).

## Onze conclusies – Reacties op onthulde praktijken

2

**52% van de Vlamingen zeggen bereid te zijn hun consumptie** van dierlijke melk te verminderen in het licht van de beschreven praktijken. Het effect is meer uitgesproken bij jongeren (60%) en vrouwen (61%).

3

**78% zijn van mening dat de praktijken moeten veranderen**, onder andere om het welzijn van kalveren te verbeteren, en 72% zijn voorstanders van nieuwe regelgeving, terwijl slechts 7% ertegen zijn.

4

**59% vinden dat supermarkten meer moeten doen om plantaardige alternatieven voor dierlijke melk te promoten**, een trend die sterker is onder vrouwen (64%) en jongeren tussen 18 en 34 jaar (66%).

5

**59% zouden graag zien dat de politieke partij van hun voorkeur de wetswijzingen die het dierenwelzijn in de zuivelindustrie steunen steunt**, een trend die dwars door de verschillende electoraten loopt, maar meer uitgesproken is onder kiezers van linkse en centrumlinkse partijen.

6

**7 van de 10 Vlamingen** - ongeacht hun politieke voorkeur - **geloven dat het imago van hun partij geschaad zou worden als ze deze hervormingen niet zouden steunen**; 45% zijn van plan om niet meer op hun partij te stemmen als ze tegen nieuwe regelgeving zijn. Dat geldt voor alle politieke partijen.

## Onze conclusies – Reacties op onthulde praktijken

7

**64% van de respondenten verwachten dat zuivelproducenten realistischer gaan communiceren**, omdat ze vinden dat het huidige beeld te geïdealiseerd is (bv. illustraties van koeien in groene weiden, enz.); slechts 7% van de Vlamingen zijn tegen deze aanpassing.

8

**Na het zien van de video** waarin de praktijken van de zuivelindustrie worden belicht, **zijn 53% van de ondervraagden van plan hun consumptiegedrag te veranderen**, dat is meer uitgesproken bij jongeren (63%) in vergelijking met 35-54-jarigen (58%) en 55-plussers (44%).

## Onze conclusies – Operationeel

De studie wijst op een **verandering** in de verwachtingen van de Vlamingen ten opzichte van de zuivelindustrie. Hoewel de consumptie van melk en zuivelproducten hoog blijft, zijn de Vlamingen, vooral vrouwen en jongeren, zich bewust van het belang van dierenwelzijn en staan ze open voor andere opties zoals plantaardige alternatieven.

1

De resultaten tonen echter een algemeen gebrek aan bewustzijn over de praktijken van de zuivelindustrie, vooral bij de 35-plussers.

Om een **blijvende verandering** in de consumptie van melk en zuivelproducten van dierlijke oorsprong teweeg te brengen, moet op vier gebieden worden samengewerkt:

2

1) **De praktijken van de zuivelindustrie zichtbaarder maken:** 46% van de Vlamingen vinden de praktijken **onaanvaardbaar** als ze eenmaal bekend zijn. Het zou dus aangewezen zijn om deze praktijken meer bekendheid te geven via bewustmakingscampagnes voor het grote publiek en/of door de communicatie van de producenten aan te passen (realistischer en minder geïdealiseerd).

## Onze conclusies – Operationeel

3

**2) Een betere regulering van deze praktijken invoeren:** bijna 3 op de 4 Vlamingen zeggen dat ze **voorstander** zijn van specifieke regelgeving om het welzijn van kalveren te verbeteren; zo niet, dan zegt bijna één op twee Vlamingen dat ze niet opnieuw op de partij van zijn voorkeur zou stemmen als die deze nieuwe regelgeving niet zou steunen. Het is daarom essentieel dat de politieke partijen hun zaakjes op orde krijgen om de zuivelindustrie beter te reguleren, anders lopen ze het risico hun kiezers te verliezen.

4

**3) Betere promotie van plantaardige alternatieven:** 59% van de Vlamingen vinden het belangrijk dat supermarkten plantaardige alternatieven promoten in hun winkels. Het promoten van dierenwelzijn, maar ook smaak- en gezondheidsaspecten zijn elementen die volgens hen benadrukt moeten worden om niet-consumenten te overtuigen van dit alternatief voor dierlijke melk.

5

**4) De praktijken van de landbouwers veranderen:** de overgrote meerderheid van de Vlamingen (78%) vindt dat de landbouwers hun praktijken moeten veranderen om de impact op het welzijn van de kalveren te verminderen. Het is daarom belangrijk dat, naast de inspanningen van supermarkten, politieke partijen, de media en verenigingen, boeren ook hun methoden aanpassen om beter aan de verwachtingen van de consument te voldoen.

# THANK YOU,

SACHA DUMOULIN

General Manager



José Arias

Team Leader



## Find us

Rue Middelbourg 64b - 1170  
Watermael-Boitsfort Belgium

## Call us

+32 2 348 45 68

## Mail us

[info@dedicated.be](mailto:info@dedicated.be)

## Visit us

[www.dedicated.be](http://www.dedicated.be)

**DEDICATED**<sup>®</sup>

**GAIA**

Voice of the Voiceless