

Mechelen / 29 9 2026

Op Internationale Dag tegen Voedselverlies roept OVAM Vlamingen op om zichzelf één vraag te stellen tijdens het winkelen: "Ga ik 't eten, of vergeten?"

Een gemiddeld Vlaams huishouden gooit jaarlijks meer dan 68 kilogram voedsel weg. Daarom slaan OVAM, De Kostwinners, Carrefour en Promojagers de handen in elkaar om Vlamingen bewuster te laten nadenken over hun aankopen. Naar aanleiding van de Internationale Dag tegen Voedselverlies op 29 september lanceren ze samen met Vlaams minister Jo Brouns de campagne "Ga ik 't eten, of vergeten?". De centrale boodschap is eenvoudig: sta in de winkel even stil bij wat je echt nodig hebt. Met één simpele vraag tijdens het winkelen kan al heel wat voedselverlies worden voorkomen.

De cijfers van OVAM tonen aan dat er aanzienlijke hoeveelheden voedsel verloren gaan. Jaarlijks gaat er in Vlaamse huishoudens meer dan 205.000 ton eetbaar voedsel de vuilnisbak in. Gemiddeld betekent dat per Vlaams gezin 68,4 kilogram voedsel per jaar. Het grootste deel daarvan verdwijnt nog in het restafval, ongeveer 52,8 kg per gemiddeld huishouden per jaar.

"Voedselverlies begint vaak niet in de keuken, maar al in de winkel. We staan niet altijd even bewust stil bij wat we kopen: honger, tijdsdruk en afleiding kunnen er voor zorgen dat we meer meenemen dan we uiteindelijk nodig hebben", zegt **Werner Annaert, administrateur-generaal van OVAM.** *"Die aankopen blijven vervolgens ongebruikt en belanden uiteindelijk in de vuilnisbak."* Dat weegt op het gezinsbudget. Voedsel dat ongebruikt wordt weggegooid, vertegenwoordigt voor een gemiddeld Vlaams huishouden jaarlijks een waarde van ongeveer €375, het equivalent van zo'n drie volle winkelkarren met eten.

Bewuster kopen begint al in de winkel

Met de campagne "Ga ik 't eten, of vergeten?" willen OVAM en De Kostwinners consumenten aanmoedigen om bewuster te kiezen en enkel te kopen wat ze daadwerkelijk zullen gebruiken. Daarbij ligt de focus op verse voeding die thuis nog te vaak vergeten wordt, zoals brood, bereide gerechten en sauzen, en groenten en fruit. De campagne wordt versterkt door een samenwerking met Promojagers. Ook bij aantrekkelijke promoties op verse voeding blijft de boodschap dezelfde: koop alleen wat je effectief zult gebruiken. Zo tonen de partners dat slim besparen en voedselverlies tegengaan perfect hand in hand kunnen gaan.

"Met 'Ga ik 't eten, of vergeten?' willen we een heel eenvoudige gewoonte stimuleren: even nadenken vóór je iets in je winkelkar legt. Het lijkt misschien een kleine gedragsverandering, maar net die kleine keuzes maken samen een groot verschil. Als we alleen kopen wat we daadwerkelijk nodig hebben en zullen gebruiken, voorkomen we voedselverlies nog vóór het ontstaat. Zo maken we van bewuster aankopen een eenvoudige eerste stap naar minder voedselverlies", concludeert **Werner Annaert van OVAM.**

////////////////////////////////////

“Een supermarkt die zegt: koop niet meer dan je nodig hebt, klinkt misschien vreemd, maar wie eten weggooit, betaalt twee keer”, zegt Yannick de Bièvre, Executive Commercial & Marketing Director bij Carrefour België. “Voedselverlies vermijden start bij ons al voor de producten in de winkel liggen. We stemmen onze bestellingen zo nauwkeurig mogelijk af op wat klanten echt kopen. Producten die hun houdbaarheidsdatum naderen krijgen korting, gaan via Too Good To Go naar klanten of naar de voedselbanken. Met ons programma ‘Act for Food - Gezonde Keuze’ loodsen we klanten bovendien naar keuzes die goed zijn voor hun gezondheid en hun budget. We zijn er nog niet, maar alles wat thuis niet in de vuilnisbak belandt, hoe klein ook, is winst voor het gezin.”

“Promoties zijn interessant wanneer ze aansluiten bij wat je nodig hebt, maar een korting is geen besparing als het product uiteindelijk ongebruikt in de vuilnisbak belandt. Daarom willen we consumenten helpen om ook bij een aantrekkelijke promotie even stil te staan: ga ik dit effectief gebruiken? Door bewuster te kopen, kunnen consumenten tegelijk voedselverlies vermijden én hun gezinsbudget beschermen”, vertelt Gunther Devisch van Promojagers.

Voedselverlies is een ketenverhaal

Voedselverlies is niet alleen een consumentenverhaal. Vlaanderen werkt over de hele keten aan het voorkomen van voedselverlies, het beter benutten en schenken van voedseloverschotten en een betere inzameling en verwerking van voedselreststromen.

“Voedselverlies voorkomen is een gedeelde verantwoordelijkheid. In Vlaanderen zetten we daarom in op samenwerking over de hele keten: van het voorkomen van verliezen bij productie en verwerking, over het beter benutten en schenken van voedseloverschotten, tot het bewust omgaan met voedsel thuis. Elke schakel kan een verschil maken. Met de campagne ‘Ga ik ‘t eten, of vergeten?’ geven we ook consumenten een eenvoudig handvat om bewuster te kopen en zo voedselverlies te voorkomen”, zegt Jo Brouns, Vlaams Minister van Omgeving en Landbouw.

In de verschillende schakels van de keten zijn al heel wat initiatieven genomen:

- **75% van de lokale besturen** had in 2025 minstens één actie of strategie rond voedselverlies.
- **9 afvalintercommunales** werken met ondersteuning van OVAM aan preventieprojecten.
- **Meer dan 85% van de supermarkten** schenkt voedseloverschotten. Ook Carrefour, die zich als retailer volledig achter deze boodschap zet, doet schenkingen aan de Voedselbank en Sociale Kruideniers, op nationaal, regionaal en lokaal vlak.
- In 2025 werd **11.226 ton voedseloverschotten** geschonken door landbouw- en producentenorganisaties, de voedingsindustrie en retail samen.
- **525 producten** zijn opgenomen in de Kijk-Ruik-Proef-aanpak, die consumenten helpt om voedsel niet onnodig weg te gooien. Een groot deel daarvan zijn ook in de Carrefour-winkels te vinden.
- Uit de **Plan-eet-app van Vlaco** blijkt dat in een regio met gft-ophaling 46% van de gebruikers in 2025 voedselresten mee afgaf met het gft. Daarnaast composteerde 15% van de gebruikers voedselresten thuis en gaf 18% ze aan huisdieren.

////////////////////////////////////

Ook de horecasector zet stappen

Een concreet voorbeeld van zo'n initiatief zien we in de horecasector. **Horeca Vlaanderen** geeft op 29 september, de Internationale Dag tegen Voedselverlies, haar project No Food to Waste een nieuwe impuls. Daarmee wil de federatie horecaondernemers inspireren en ondersteunen om nog meer werk te maken van minder voedselverlies en het thema onder de aandacht te houden.

Vlaanderen wil voedselverlies tegen 2030 met 30% verminderen

Al deze initiatieven kaderen binnen de bredere Vlaamse ambitie om voedselverlies tegen 2030 met 30% te verminderen. Ook consumenten spelen daarin een belangrijke rol. Door bewuster boodschappen te doen, aankopen beter te plannen en voedseloverschotten te vermijden, kunnen huishoudens een concrete bijdrage leveren aan die doelstelling. Met de campagne 'Ga ik 't eten, of vergeten?' willen OVAM en De Kostwinners consumenten daarom aanmoedigen om al vóór het afrekenen even stil te staan bij hun aankoop. Want wat je niet koopt en uiteindelijk niet weggooit, hoeft ook niet verloren te gaan.

EINDE

Over De Kostwinners

De Kostwinners verenigt sinds 2022 organisaties, lokale besturen, bedrijven en gezinnen die zich inzetten om voedselverlies terug te dringen. De campagne wil sensibiliseren en activeren rond het vermijden van voedselverlies en iedereen inspireren om zelf een Kostwinner te worden. Op www.dekostwinners.be vinden consumenten, bedrijven, scholen, horecazaken en lokale besturen tips en inspiratie om zelf aan de slag te gaan.

Over Carrefour

Carrefour België is een toonaangevende supermarktketen met meer dan 700 winkels - de Carrefour Hypermarkten, de supermarkten Carrefour Market en de Carrefour Express buurtwinkels - en 150 Carrefour Drive afhaalpunten. Carrefour biedt haar klanten in de fysieke winkels en online een ruime keuze aan producten en diensten tegen de beste prijzen, dankzij de dagelijkse inzet van meer dan 16.000 gemotiveerde collega's en franchisepartners. Carrefour België maakt deel uit van de Carrefour Groep, een van 's werelds grootste food retailers, met 15.500 winkels in meer dan 40 landen. Bezoek voor meer informatie onze mediaroom <https://newsroom.carrefour.be/>, onze website <https://www.carrefour.be/nl.html> of LinkedIn: [@CarrefourBelgium](https://www.linkedin.com/company/carrefourbelgium).



Voor meer informatie:
Jan Verheyen – T 015 284 140
woordvoerder@ovam.be
ovam.vlaanderen.be/nieuws