

## Kokerellen hipper dan ooit - 07/04/2009

Thuiskoken zit in de lift. We ruilen restaurants en bereide maaltijden in voor een vers klaargemaakt eigen potje. De crisis zit daar zeker voor iets tussen, maar in eigen potten en pannen roeren is vooral helemaal hip.

'We kopen nog evenveel eten als voor de crisis', zegt Piet Vanthemsche, voorzitter van de Boerenbond. 'Maar wat we kopen, verschilt.' Vorig jaar telden we per gezin 5.147 euro neer voor producten die we dagelijks nodig hebben. Dat is 282 euro meer dan in 2007, zo blijkt uit een trendrapport van marktonderzoeksbureau GfK. Voor het grootste deel (70 procent) is die stijging te verklaren doordat producten duurder werden in 2008, voor een kwart omdat we een groter volume aankochten.

GfK onderzocht aan welke voeding we ons geld uitgeven als we naar de supermarkt gaan. En daar zijn opmerkelijke verschuivingen vast te stellen (*zie grafiek*). 'We kopen minder bereide maaltijden', zegt Dirk Vanderveken van GfK. 'Dat is bijzonder, omdat die maaltijden jarenlang een sterke groei hebben gekend. Pizza's zijn dan weer wel nog populair. Dat komt omdat ze een relatief goedkope keuze zijn voor een snelle hap. Andere bereide maaltijden kosten beduidend meer. Hier speelt duidelijk het crisiseffect.'

Behalve de pizza die we gauw in de oven schuiven, tonen de cijfers aan dat we weer zelf aan het koken slaan. 'We kopen meer vers vlees en verse groenten, aardappelen, rijst en droge eetwaren', zegt Vanthemsche. 'Zelf bakken zit ook weer in de lift. De bakmixen stijgen zelfs met 8,5 procent.'

En hoewel we vorig jaar minder melk en yoghurt kochten, leggen we meer potjes room in onze winkelkarren. Voor in onze zelfgemaakte sauzen?

De kans dat die sausjes bij een visgerecht belanden, is minder groot. 'Vis en schaaldieren zijn minder populair omdat die vorig jaar duur geprijsd stonden door schaarste en strenge quota', zegt Vanderveken. 'We zetten eerder kip, varkens- en rundsvlees op tafel.'

'Je zou kunnen zeggen dat dit het effect is van de crisis', zegt Vanderveken. 'We gaan zeker minder vaak op restaurant. Maar ik denk dat de trend om te cocoonen belangrijker is: koken is een hobby. Op tv kunnen we van het ene kookprogramma naar het andere zappen.'

Bij Standaard Boekhandel staan twee boeken van BV-kok Piet

Huysentruyt op drie en vier in de top tien non-fictie. 'En ondanks het overweldigende aanbod aan hippe titels, blijft *Ons Kookboek* van de KVLV het best verkochte kookboek', zegt Daniel Dullers, directeur marketing van de Standaard Boekhandel. 'In Vlaanderen zit een heel leger enthousiaste hobbykoks die nood hebben aan technisch goed onderbouwde kookboeken.'

Ook Stephan Devrese, directeur van cvo Kisp, een school voor volwassenenonderwijs in en rond Gent, ziet die trend. 'Dit jaar hebben we met een goede 3.500 cursisten in de kooklessen een stijging van vijf procent ten opzichte van 2007. Dat lijkt niet spectaculair, tot je weet dat heel wat andere richtingen op onze school minder inschrijvingen hebben. In september lanceren we *budgetvriendelijk koken* en voor die cursus is er nu al veel belangstelling. Ook opvallend is het succes van lessen over koken met seizoensgebonden producten.'

Dat hebben ook distributiefederatie Fedis, de Boerenbond en promotieorganisatie Vlam begrepen. 'In de zomer van vorig jaar lanceerden we samen een actie om Belgische land- en tuinbouwproducten te promoten', zegt Dominique Michel, gedelegeerd bestuurder van Fedis. 'Nu zetten we nog een tandje bij met een nieuwe website waar distributeurs meer tips kunnen vinden om al dat lekkers uit eigen land aan te prijzen.'

Elke Mussche