

Belgen winkelen graag maar bij voorkeur efficiënt

nieuws

De meerderheid van de Belgen (60 procent) winkelt om aan de dagelijkse sleur te ontsnappen. Belgen shoppen nog steeds graag, maar bij voorkeur efficiënt. Zo'n 40 procent van de Belgen bereid is zelfs bereid om meer te betalen als ze op die manier tijd winnen tijdens het winkelen, vooral dan als ze op zoek zijn naar huishoudproducten, zuivel, vis, vlees, groenten en fruit. Dat blijkt uit de resultaten van een trendonderzoek van Fedis, de federatie van distributiebedrijven.

🕒 16 MEI 2007 – LAATST BIJGEWERKT OM 4 APRIL 2020 14:37

□

De meerderheid van de Belgen (60 procent) winkelt om aan de dagelijkse sleur te ontsnappen. Belgen shoppen nog steeds graag, maar bij voorkeur efficiënt, zo blijkt uit een trendonderzoek van Fedis, de federatie van distributiebedrijven. Veertig procent van de Belgen is trouwens bereid om meer te betalen als ze op die manier tijd winnen tijdens het winkelen.

Voor de Belgen moet het vooral snel gaan als ze op zoek zijn naar huishoudproducten, zuivel, vis, vlees, groenten en fruit. Ze nemen meer tijd om te winkelen als ze onder meer modeartikelen, elektroproducten, luxegoederen of geschenken kopen. Fedis onderzocht ook de impulsaankopen van de Belgen en daaruit blijkt dat vrouwen op het vlak van mode veel impulsievere aankopen doen dan mannen. Dat geldt ook voor hygiëne- en verzorgingsproducten. Voor ze naar de winkel trekken informeren Belgen zich het vaakst door gebruik te maken van een folder van de winkel (ruim 45 procent).

"Opvallend is dat minder dan 4 procent van de Belgen reclame via televisie, radio en kranten gebruikt als informatiebron", aldus gedelegeerd bestuurder van Fedis Baudouin Velge. Iets meer dan 15 procent van de Belgen gebruikt de verpakking als informatiebron bij aankopen. Dat gebeurt vooral bij zuivelproducten, vlees en vis. In de sectoren elektro en doe-het-zelfproducten wenden veel Belgen zich tot de winkelbediende om uitleg. Het internet wordt volgens de handelsbarometer vooral gebruikt om informatie in te winnen over CD's, DVD's en elektrozaak.

Voor de eerste handelsbarometer ondervroeg Fedis 25.000 landgenoten. Vooral vrouwen (64 procent), jongeren (64 procent) en Vlamingen (63 procent) winkelen graag. In Wallonië en Brussel ligt dat percentage met respectievelijk 54 procent en 55 procent duidelijk lager.(MP)

VILT vzw

Bd Simon Bolivar 17
1030 Schaerbeek

Contact

T • 0473 59 41 39

M • info@vilt.be

Volg ons op:

screenreader.visit us on our facebook page: <https://www.facebook.com/vilt.nieuws/>

screenreader.visit us on our twitter page: https://twitter.com/vilt_nieuws

screenreader.visit us on our linkedin page: <https://www.linkedin.com/company/vilt-vzw/>

screenreader.visit us on our instagram page: <https://www.instagram.com/vilt.nieuws>

© 2025 VILT vzw, all rights reserved |

[Privacy policy](#)

[Copyright](#)

[Cookie Policy](#)

[Cookie instellingen aanpassen](#)

Webdesign by [Who Owns The Zebra](#)