nieuws

"Hypermarkten raken uit de mode"

nieuws

We zijn stilaan, haast ongemerkt, weer beginnen winkelen zoals we dat veertig jaar geleden deden: we kopen onze radio in de elektrowinkel, onze loopschoenen in de sportzaak, speelgoed in de speelgoedwinkel en een gsm in de gsm-shop. Wat tot tien jaar geleden nog als het ultieme gemak werd beschouwd - 'alles onder één dak-megawinkels' - heeft volgens marketingprofessor Gino Van Ossel van de Vlerick Management School geen toekomst meer. Symptomatisch zijn de zwakke prestaties van de Carrefour-hypermarkten.

15 MEI 2008 – LAATST BIJGEWERKT OM 4 APRIL 2020 14:43

We zijn stilaan, haast ongemerkt, weer beginnen winkelen zoals we dat veertig jaar geleden deden: we kopen onze radio in de elektrowinkel, onze loopschoenen in de sportzaak, speelgoed in de speelgoedwinkel en een gsm in de gsm-shop. Wat tot tien jaar geleden nog als het ultieme gemak werd beschouwd - 'alles onder één dak-megawinkels' - heeft geen toekomst meer, zo staat te lezen in Het Laatste Nieuws. Marketingprofessor Gino Van Ossel van de Vlerick Management School analyseerde deze week scherp de dalende cijfers van Carrefour in ons land: hij schrijft die toe aan het afkalvende succes van de hypermarkten, de grote Carrefour-winkels waar naast de traditionele supermarkt-goederen ook niet-voedingsproducten zoals tv's, computers, fietsen en kleding worden verkocht. "Dat soort winkels zijn interessant voor grote verbruikers, grote gezinnen dus, en daar zijn er bij ons almaar minder van. Bovendien zijn de meeste van de 56 Carrefours in ons land omgebouwde Maxi-GB's: ze zijn haast allemaal te klein om échte hypermarkten te zijn - winkels waar mensen een flink eind voor willen rijden".

En last but not least: er is de laatste jaren een immense concurrentie ontstaan van winkels die een groot, gespecialiseerd aanbod hebben, én specifiek opgeleid personeel. "Op élk domein van de niet-voeding zijn de hypermarkten aangevallen", zegt Van Ossel. "Wie vroeger een fiets wilde kopen, koos ofwel voor de laagste prijs - de hypermarkt - ofwel voor de service van de plaatselijke fietsenmaker. Nu krijgt hij de twéé in Decathlon.

Voor een televisie had je dezelfde keus: de hypermarkt voor de prijs, de kleine elektrozaak voor de service. Nu heb je Vanden Borre, MediaMarkt, Saturn. "Een 'snelle' aankoop zoals na een in panne gevallen broodrooster zal men nog wel in Carrefour doen, voor iets waar wat meer uitleg bij hoort en wat langer over wordt nagedacht, kiest men meer en meer voor die laatsten", aldus de Vlerick-professor.
De tendens die in de jaren '60 ontstond, toen kleine winkeltjes één voor één verpletterd werden door de 'grote magazijnen' waar alles onder één dak te koop was, is dus gekeerd: van 'generalist' evolueren we terug naar 'specialist'. Voedingswinkels worden weer kleiner als gevolg van de kleinere gezinnen - denk aan de buurtsupermarktjes. En waar we vroeger naar de Sarma of de Grand Bazar trokken voor de meeste van onze non-food-aankopen kiezen we nu weer voor speciaalzaken, al zijn die wel veel groter dan vroeger: speelgoed in Fun of Dreamland, sportspullen in Decathlon, parfum in de Planet Parfum, enzovoort.
"Dé tendens van vandaag is om al die speciaalzaken rond één parking bij elkaar te brengen", zegt professor Van Ossel. "In retailparken. Van zo'n opzet krijgt een hypermarkt pas écht klappen". Overigens is de nieuwe neiging tot specialiseren tot op de kleinste niveaus merkbaar; in navolging van Sony en Nike en Apple openen steeds meer merken winkels waar enkel hùn merk wordt verkocht. Geox en zelfs Crocs hebben merkwinkels.
"Zo vermijden ze de (prijs)druk van de 'gewone' distributeurs", zegt Van Ossel, "of willen ze er voor zorgen dat ze toch ergens aanwezig zijn, al kan dat niet via normale kanalen. Toen Samsonite vaststelde dat er in het Wijnegem Shopping Center geen enkele winkel merkbagage ging verkopen, zijn ze daar simpelweg met hun eigen Samsonite Shop begonnen. Zo kun je ook moeiteloos je eigen 'merkbeleving' installeren.(KS)

VILT vzw
Bd Simon Bolivar 17
1000 Bruxelles

Contact
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 linkedin page: https://www.linkedin.com/company/vilt-vzw/
screenreader.visit us on our instagram page: https://www.instagram.com/vilt.nieuws
screenreader.visit us on our x page: https://x.com/vilt_nieuws
screenreader.visit us on our bluesky page: https://bsky.app/profile/viltnieuws.bsky.social

---

© 2026 VILT vzw, all rights reserved |
Privacy policy
Copyright
Cookie Policy
Cookie instellingen aanpassen

Crafted by Brigada