nieuws

Lagere omzet bij supermarkten ondanks hogere prijzen

nieuws

De Belgen die dicht bij de Franse grens wonen, kopen massaal in Noord-Frankrijk bij ketens zoals Auchan. Aan de noordelijke grens profiteert Albert Heijn van Vlamingen die in Zuid-Nederland hun koopkracht bewaken. Hoeveel omzet zo weglekt uit België is niet bekend. Wel staat vast dat de klassieke supermarkten dalende omzetcijfers publiceren. Dat is verrassend omdat enkel en alleen al door de voedingsinflatie bij een ongewijzigd volume, de waarde van de verkochte goederen vijf procent hoger ligt, merkt De Standaard op.

6 AUGUSTUS 2008 – LAATST BIJGEWERKT OM 4 APRIL 2020 14:44

De klassieke supermarkten lijden onder de prijsgevoeligheid van de Belgische consument. De Belgen die dicht bij de Franse grens wonen, kopen al massaal onder meer hun water in Noord-Frankrijk bij ketens zoals Auchan. Aan de noordelijke grens profiteert Albert Heijn van Vlamingen die in Zuid-Nederland hun koopkracht bewaken. Hoeveel omzet zo weglekt uit België is niet bekend, maar het is een oud probleem dat er scherper zou op geworden zijn, schrijft De Standaard.

Het enige dat meetbaar vast staat, is dat de klassieke supermarkten het zeer moeilijk hebben en dalende omzetcijfers publiceren. Die dalende omzet is verrassend omdat enkel en alleen al door de voedingsinflatie bij een ongewijzigd volume, de waarde van de verkochte goederen vijf procent hoger ligt.

Delhaize bijvoorbeeld maakte maandag bekend dat de Belgische supermarkten in het tweede kwartaal hun omzet zagen dalen met 0,6 procent tot 1,1 miljard euro. Dat impliceert dus in reële termen een achteruitgang van bijna 6 procent. Als rekening wordt gehouden met het effect van de verkoop van Di en conversie van Cash Fresh-winkels naar zelfstandige AD-winkels, was er nominaal nog een groei van 2,1 procent, maar ook dat is in reële termen een achteruitgang.

Het volume en marktaandeelverlies weegt zwaar op de winstgevendheid van de supermarkten. Bij Delhaize België viel de bedrijfswinst met bijna een kwart terug tot 45,8 miljoen euro tegenover de bijna 60 miljoen euro over dezelfde periode van vorig

jaar. Toch houdt Delhaize nog een bedrijfsmarge over van 4,2 procent tegenover 5,4 procent over dezelfde periode een jaar eerder.
Carrefour Belgium kan enkel dromen van dergelijke bedrijfsmarge. Die groep is slechts marginaal winstgevend. Carrefour zag in het tweede kwartaal zijn omzet in België dalen met 4,4 procent tot 1,141 miljard euro. Daardoor is de keten in omzet nog maar een fractie groter dan de 1,103 miljard van Delhaize.
De grote winnaar van de bezorgde consument is de discount. Colruyt, dat van de laagste prijs al sinds jaar en dag zijn handelsmerk gemaakt heeft, spint goed garen bij het koopkrachtdebat. In de periode april tot eind juni zag Colruyt de omzet in zijn Belgische winkels stijgen met 13,2 procent tot 1,196 miljard euro. Daardoor werd Colruyt voor het eerst officieel marktleider in de Belgische voedingsdetailhandel alhoewel de keten dat al geruime tijd was. Aldi en Lidl zijn niet beursgenoteerd en publiceren geen kwartaalcijfers.(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