

"Supermarkten moeten steeds sneller innoveren"

nieuws

"Bepaalde winkelketens eisen van hun directieleden dat ze een halve dag per week in hun winkels rondhangen om op die manier beter aan te voelen wat er leeft bij de klant". Dat zegt Baudouin Velge, gedelegeerd bestuurder van Fedis, in een interview met Boer&Tuinder. Maar die klant is steeds meer van alle markten thuis. "Sommige mensen gaan naar de Oxfam Wereldwinkel met het geld dat ze uitspaarden in de Aldi".

🕒 24 APRIL 2006 – LAATST BIJGEWERKT OM 4 APRIL 2020 14:33

"Bepaalde winkelketens eisen van hun directieleden dat ze een halve dag per week in hun winkels rondhangen om op die manier beter aan te voelen wat er leeft bij de klant". Dat zegt **Baudouin Velge**, gedelegeerd bestuurder van Fedis, in een interview met Boer&Tuinder. Maar die klant is steeds meer van alle markten thuis. "Sommige mensen gaan naar de Oxfam Wereldwinkel met het geld dat ze uitspaarden in de Aldi".

De grootdistributie screent permanent het profiel van de klant. Van belang is dat het aantal eenpersoonsgezinnen de voorbije 10 jaar met 17 procent is toegenomen en dat het aantal koppels zonder kinderen is gestegen met 15 procent. In 2010 zullen er in ons land evenveel gepensioneerden als werkenden zijn. Voor supermarkten is het belangrijk om weten dat net die ouderen tot de meest kritische consumenten behoren. En dan is er ook nog de grotere etnische diversiteit. Al stijgt ook onder autochtonen de vraag naar ingrediënten uit de wereldkeuken.

"Een trouwe klant is iemand die meer dan de helft van zijn aankopen in dezelfde winkel doet", aldus Velge. "We moeten vaststellen dat het aantal trouwe klanten met één procent per jaar afneemt tot 41,7 procent van ons totaal klantenbestand in 2004. Innoveren wordt daarom belangrijker dan ooit. Wellicht zal de producent daardoor vanuit diverse distributieketens met andere vragen geconfronteerd worden. De ene is op zoek naar de beste prijs, de andere wil een brede waaier aan producten, terwijl een derde vooral topkwaliteit wil".

Velge stelt onomwonden dat supermarkten niet twijfelen om voedingsproducten in andere landen te kopen wanneer de prijs lager is en de kwaliteit aanvaardbaar. In een label om de kwaliteit van eigen producten in de kijker te plaatsen, gelooft men bij de federatie van grootdistributeurs niet. "De consument houdt met dergelijke aanduidingen maar weinig rekening. Naar aanleiding van de hele heisa met de vogelgriep daalde de verkoop van verse kippen met 15 procent. De verkoop van

verwerkt kippenvlees bleef gelijk, terwijl op deze producten ook duidelijk vermeld staat dat er kip in zit".

Dat betekent niet dat de harddiscount in Vlaanderen een hoge vlucht neemt. Aldi en Lidl bestrijken samen 13 procent van de markt, terwijl dat in Duitsland meer dan 20 procent is. In ons land is Carrefour marktleider met een marktaandeel van 30 procent. Daarna volgen Delhaize (25 procent) en Colruyt (20 procent).

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](#)

Webdesign by [Who Owns The Zebra](#)