

# "Vlamingen minder prijsbewust dan Nederlanders"

nieuws

Belgische consumenten zijn dubbel zo tevreden over het prijsniveau in de supermarkt als Nederlanders. "In Nederland is al een paar jaar een prijzenoorlog aan de gang. Door al die aandacht wordt de consument prijsbewuster en minder tevreden. Het is een kwestie van perceptie en bewustwording", zegt Kristien Laureys van het marktonderzoeksbureau Retail Insights.

🕒 10 NOVEMBER 2005 – LAATST BIJGEWERKT OM 4 APRIL 2020 14:31

Belgische consumenten zijn dubbel zo tevreden over het prijsniveau in de supermarkt als Nederlanders. "In Nederland is al een paar jaar een prijzenoorlog aan de gang. Door al die aandacht wordt de consument prijsbewuster en minder tevreden. Het is een kwestie van perceptie en bewustwording", zegt Kristien Laureys van het marktonderzoeksbureau Retail Insights in De Standaard.

Retail Insights heeft 1.200 bezoekers van Carrefour, GB en Delhaize. ondervraagd over hun shoppinggedrag. Eerder werd al een gelijkaardig onderzoek uitgevoerd in Nederland. Uit een vergelijking blijkt dat de Nederlanders veel prijsbewuster zijn. De bezoeken aan de supermarkt worden er degelijker voorbereid met behulp van folders. Niettemin zijn onze noorderburen minder tevreden over hun aankopen in de supermarkt.

Het onderzoek in kwestie werd uitgevoerd in opdracht van enkele fabrikanten van merkartikelen, die willen weten hoe hun product in het shoppinggedrag van de consument past. Reclame op het verkooppunt wordt voor de voedingsproducenten steeds belangrijker. Door de versnippering van het medialandschap wordt het immers steeds moeilijker om via de massamedia het gros van de consumenten te bereiken met reclameboodschappen.

Uit het onderzoek blijkt dat twee derde van de aankopen niet op voorhand vastligt. De consument beslist in de meeste gevallen pas in de winkel over de aankoop, of over het

merk. Voor snoep en chips gaat het er in 90 procent van de gevallen zo aan toe. Bij dierenvoeding, frisdrank of koffie is dat minder dan de helft.

Slechts 18 procent van de ondervraagden gaat altijd naar dezelfde supermarkt. De keuze heeft veel te maken met de aard van de boodschappen. Retail Insights onderscheidt vier soorten. Ten eerste zijn er de grote voorraadaankopen, waarbij vooral dranken en lang houdbare artikelen worden ingeslagen. Per keer wordt hieraan gemiddeld 82 euro uitgegeven. Naast de discounters is vooral Carrefour populair voor dit soort boodschappen.

Daarnaast zijn er de tussentijdse boodschappen van bijvoorbeeld vers fruit en groenten, met een gemiddelde ticketprijs van 33 euro. Verder zijn er de last-minute-aankopen: brood, broodbeleg, een kant-en-klare maaltijd. Daaraan wordt per keer gemiddeld 17 euro uitgegeven. Voor die laatste categorie zijn de kleinere formules, zoals GB Express en Proxy Delhaize populair. Ten slotte is er een vierde categorie: de aankopen voor speciale gelegenheden zoals een feestje of een barbecue. Met een gemiddelde ticketprijs van 92 euro gaat het om grote uitgaven, die relatief vaak bij Delhaize of Colruyt worden gedaan.

## VILT vzw

Bd Simon Bolivar 17  
1000 Bruxelles

## Contact

M • [info@vilt.be](mailto: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](https://x.com/vilt_nieuws)

 screenreader.visit us on our bluesky page:  
<https://bsky.app/profile/viltnieuwbsky.social>

---

© 2026 VILT vzw, all rights reserved |

[Privacy policy](#)

[Copyright](#)

[Cookie Policy](#)

[Cookie instellingen aanpassen](#)

Webdesign by [Who Owns The Zebra](#)