nieuws

Worsten en hamburgers verdringen steak en lamsbout

nieuws

Een goeie maand geleden liet Fedis nog verstaan dat de kredietcrisis geen impact had op het koopgedrag van de consument. Maar de economische conjunctuur laat nu toch duidelijke sporen na in de winkelrekken. Vlamingen eten niet minder dan vroeger, maar kiezen steeds vaker voor goedkope alternatieven. Bij Carrefour merkt men dat vooral in de vleesafdeling. "Nobele vleessoorten als steak of lamsbout blijven liggen. Maar gehakt, worsten, hamburgers, varkensvlees en gevogelte scoren beter dan ooit", zegt woordvoerder Lars Vervoort.

25 NOVEMBER 2008 – LAATST BIJGEWERKT OM 4 APRIL 2020 14:46

Een goeie maand geleden liet Fedis nog verstaan dat de kredietcrisis geen impact had op het koopgedrag van de consument. Maar de economische conjunctuur laat nu toch duidelijke sporen na. Vlamingen eten niet minder dan vroeger, maar kiezen steeds vaker voor goedkope alternatieven. Waarom een biefstuk in je karretje leggen als een pakje worsten de helft minder kost, vraagt Het Laatste Nieuws zich af.

Een constante bij alle supermarkten: de huismerken zijn met een ruk de hoogte in geschoten. Delhaize zag de verkoop in het derde kwartaal zelfs met 26 procent stijgen, in vergelijking met dezelfde periode vorig jaar. Maar de klant grijpt niet alleen naar goedkopere merken, hij kiest ook steeds vaker voor goedkopere producten.

"De trend is het opvallendst bij onze vleesafdeling", zegt Lars Vervoort, woordvoerder van Carrefour. "Nobele vleessoorten als steak of lamsbout blijven liggen. Maar gehakt, worsten, hamburgers, varkensvlees en gevogelte - allemaal goedkopere alternatieven - gaan beter dan ooit van de hand. Blijkbaar willen mensen geld besparen zonder toegevingen te doen aan de hoeveelheid die ze gewend zijn". Dezelfde conclusie bij vis: de duurdere zalmhaasjes blijven in de koeltoog liggen, terwijl de goedkope tilapiafilets nog nooit zo populair waren.

Bij fruitwaren is de verschuiving minder groot. "Dat komt wellicht omdat veel uitheemse soorten - zoals ananas of zoete druiven - zó vertrouwd geworden zijn, dat ze

inmiddels tot het gewone basispakket behoren", zegt Lars Vervoort. "Enkel de bijzonder exotische soorten - zoals papaja's of lychees - zijn minder in trek. Appelen en peren doen het dan weer uitstekend".
Geen enkele Europeaan drinkt meer champagne dan Belgen, maar daar zou wel eens verandering in kunnen komen. "Het is al cava wat de klok slaat", zegt Lars Vervoort. "Wie denkt dat Belgen de champagnes inruilen voor het typische bier, vergist zich: die verhouding verandert niet. Maar mensen beschouwen champagne weer als een luxeproduct, en kiezen voor bubbels die amper één derde van een fles champagne kosten".
"Eigenlijk merken we hetzelfde effect bij flessenwater. Klanten die vroeger de duurdere flessen kochten, schakelen nu over naar de goedkopere merken. Ze blijven water in flessen in hun mandje leggen, maar ze letten beter op de prijs. En wie vroeger goedkoop flessenwater kocht, is nu tevreden met kraantjeswater. Door die dubbele beweging verliezen enkel de duurste merken terrein, de rest houdt stand".
Bij Colruyt stelt directeur Jean-Pierre Roelands dan weer een 'polarisatie' vast. "Klanten die kwaliteitsproducten willen - zoals wijn van het duurste huis - blijven die trouw. Maar wie tevreden is met minder exclusieve producten, kiest nu voor de goedkoopste merken in de reeks. Daardoor doen zowel de duurste als goedkoopste merken het uitstekend, ten nadele van de middenmoot".
Waar blijkbaar niet op bespaard wordt, is de kerstsfeer. Verkopers van kerstversiering doen momenteel goede zaken. "Mensen besparen op restaurantbezoekjes en reizen, maar dan moet het thuis wel gezellig zijn, hé", zegt Walter Van Gastel, zaakvoerder van de gelijknamige tuincentra. De man zag zijn 'kerstomzet' de afgelopen weken met vijftien procent stijgen. Wat opvalt: modegevoelige items doen het slecht. Mensen willen spullen waar ze nog enkele jaren mee verder kunnen. Dat merken ze ook bij interieurzaak Lacra Lifestyle in Ingelmunster. "Risico's durven de mensen niet te nemen als het gaat om versiering - zeker niet als het ook nog eens duur is".(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