

Belgen verkiesen steeds meer kaas van huismerken

nieuws

Dat Belgen grote kaaseters zijn, is bekend. Maar nu blijken we steeds meer te kiezen voor de huismerken van supermarktketens in plaats van voor bekende merknamen omdat die huismerken goedkoper zijn dan de bekende merkkazen. Vooral de discounters verkopen almaar meer kaas van het eigen merk. De reden waarom de consument steeds selectiever wordt in zijn aankopen moet gezocht worden bij de druk op de koopkracht.

🕒 24 AUGUSTUS 2006 – LAATST BIJGEWERKT OM 14 SEPTEMBER 2020 13:57

□

Dat Belgen grote kaaseters zijn, is bekend. Maar nu blijken we steeds meer te kiezen voor de huismerken van supermarktketens in plaats van voor bekende merknamen omdat die huismerken goedkoper zijn dan de bekende merkkazen. Vooral de discounters verkopen almaar meer kaas van het eigen merk.

De kaasconsumptie blijft overigens stijgen. Weliswaar niet meer spectaculair, maar geleidelijk. Zo'n 2 procent op jaarbasis. We eten dus steeds meer kaas. Toch zit er een duidelijke verschuiving in het consumentenpatroon. We kopen onze kaas immers steeds meer in de supermarkt en bij voorkeur van het merk van de supermarktketen zelf.

Vooral de discounters, de goedkope supermarktketens als Aldi, Lidl en Colruyt verkopen meer kaas van het huis. Carrefour en Delhaize zitten mee in diezelfde stijgende trend. De distributiebedrijven verkopen vandaag als sector nagenoeg 70 procent van het totale volume aan kaas. Dat is relatief meer dan het aandeel van de sector in de totale consumptie-uitgaven aan voeding. Het aandeel van de huismerken daarin ligt op nagenoeg de helft.

De reden waarom de consument steeds selectiever wordt in zijn aankopen moet gezocht worden bij de druk op de koopkracht. Volgens de studiedienst van Economische Zaken en van Test-Aankoop doet de stijging van de olieproducten de klant eerder kiezen voor goedkopere producten dan voor de relatief duurdere merknamen. Dus voor de kazen van de supermarktketens en de discounters. De kaasbedrijven met merkkazen zijn daardoor genoodzaakt om hun producten steeds beter te positioneren. De grote multinationals lanceren dan ook met regelmaat van de klok productvernieuwingen en publicitaire campagnes.

Bron: Gazet van Antwerpen

VILT vzw

Bd Simon Bolivar 17

1030 Schaerbeek

Contact

T • 0473 59 41 39

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 twitter page: https://twitter.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>

© 2025 VILT vzw, all rights reserved |

[Privacy policy](#)

[Copyright](#)

[Cookie Policy](#)

[Cookie instellingen aanpassen](#)

Webdesign by [Who Owns The Zebra](#)