nieuws

Consument koopt online minder ongezonde snacks

nieuws

Wie winkelt in de traditionele supermarkt, koopt vaker ongezonde snacks in vergelijking met consumenten die online winkelen. Dat blijkt uit onderzoek van de marketingafdeling van de faculteit Economie & Bedrijfskunde van de Gentse universiteit. "Offline consumenten kunnen moeilijker weerstaan aan de fysieke producten", aldus de onderzoekers. Omdat producten meer tastbaar zijn voor offline consumenten zijn ze ook verleidelijker, zo blijkt.

16 FEBRUARI 2017 – LAATST BIJGEWERKT OM 14 SEPTEMBER 2020 14:38

Lees meer over:
distributie
consument
marketing



Wie winkelt in de traditionele supermarkt, koopt vaker ongezonde snacks in vergelijking met consumenten die online winkelen. Dat blijkt uit onderzoek van de marketingafdeling van de faculteit Economie & Bedrijfskunde van de Gentse universiteit. "Offline consumenten kunnen moeilijker weerstaan aan de fysieke producten", aldus de onderzoekers. Omdat producten meer tastbaar zijn voor offline consumenten zijn ze ook verleidelijker, zo blijkt.

Een fysieke winkelomgeving of een webshop? Het heeft wel degelijk een impact op het aankoopgedrag van consumenten. In een studie van de UGent werden meer dan 32.000 winkelbezoeken van zo'n 4.300 consumenten geanalyseerd. Het gaat hier om consumenten die gebruikmaken van beide winkelkanalen. Deze 'mixed customers' wisselen dus af tussen online boodschappen bestellen en offline winkelen.

De conclusie is opvallend: wanneer een dergelijke consument online boodschappen bestelt, koopt hij voor gemiddeld 5,7 procent aan ongezonde voeding. Doet diezelfde consument offline boodschappen, spendeert hij maar liefst 10,4 procent aan ongezonde voeding. Deze ongezonde voeding werd opgedeeld in vijf categorieën (zoute snacks, chips, chocolade, snoeprepen en snoepgoed) en voor elke categorie wordt hetzelfde, eenduidig verband gevonden: online geeft men proportioneel minder uit aan ongezonde voeding.

“Terwijl consumenten in de online winkelomgeving foto’s te zien krijgen, moeten offline consumenten weerstaan aan de fysieke producten”, aldus onderzoeker Elke Huyghe. “Dit verschil in productpresentatie zorgt ervoor dat producten meer tastbaar zijn voor offline consumenten waardoor ze ook verleidelijker en moeilijker te weerstaan zijn. Dit is vooral het geval bij ongezonde voeding, omdat dergelijke aankopen vaak ongepland zijn. Hierdoor belandt er proportioneel meer ongezonde voeding in het fysieke winkelmandje dan in het virtuele winkelmandje.”
Daarnaast bestudeerden de onderzoekers ook de data van consumenten die ofwel énkel fysiek naar de supermarkt gaan, ofwel énkel online hun boodschappen doen. De data van meer dan 890.000 winkelbezoeken bij zo’n 166.000 consumenten toont eenzelfde eenduidig verband aan. Gemiddeld spenderen de online consumenten 5,6 procent van hun virtueel winkelmandje aan ongezonde producten terwijl de offline consumenten bijna het dubbele, ofwel maar liefst 11,1 procent uitgeven aan dergelijke ongezonde producten.
Het een en het ander valt te verklaren door de directe beschikbaarheid van een fysiek aangekocht product. Daarnaast worden producten vaak in bulk gekocht via de online webwinkel. Dit kan ertoe leiden dat het online gespendeerde budget groter is waardoor ongezonde producten daar een kleiner aandeel in hebben. Het onderzoek toont aan dat online winkelen voordelen biedt voor de gezondheid van de consument. Daarnaast is het aanbieden van een online winkelkanaal gunstig voor het imago van de retailer. Doordat ze een dergelijk kanaal aanbieden, stimuleren ze consumenten tot gezondere aankopen, aldus nog de onderzoekers.

Bron: eigen verslaggeving/Belga

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