nieuws

Delhaize gaat wijn vrouwvriendelijker presenteren

nieuws

Zeventig procent van de wijnaankopen gebeurt door vrouwen, zo blijkt uit een onderzoek van warenhuisketen Delhaize naar de gewoonten en het aankoopgedrag van haar wijnklanten. Bij de keuze van een fles wijn gebruiken vrouwen en mannen andere criteria. Beiden bepalen eerst de kleur van de wijn. Vrouwen laten zich vervolgens eerder leiden door de combinatie van de wijn bij het gerecht dat ze in gedachten hebben, de prijs en het etiket, terwijl de mannen eerder kijken naar het land of de streek van herkomst.

5 MAART 2008 – LAATST BIJGEWERKT OM 14 SEPTEMBER 2020 14:03

Zeventig procent van de wijnaankopen gebeurt door vrouwen, zo blijkt uit een onderzoek van warenhuisketen Delhaize naar de gewoonten en het aankoopgedrag van haar wijnklanten. Bij de keuze van een fles wijn gebruiken vrouwen en mannen andere criteria. Beiden bepalen eerst de kleur van de wijn. Vrouwen laten zich vervolgens eerder leiden door de combinatie van de wijn bij het gerecht dat ze in gedachten hebben, de prijs en het etiket, terwijl de mannen eerder kijken naar het land of de streek van herkomst.

Uit een ander onderzoek, gevoerd door Nielsen, blijkt dat bijna 55 procent van de consumenten kiest voor rode wijn, 31, 9 procent opteert voor wit en 13 procent gaat voor rosé. Uit het onderzoek van Delhaize kwamen drie groepen van wijnconsumenten naar voor. De 'beginners' drinken gemiddeld één keer per week wijn en laten zich bij hun keuze vaak leiden door het uitzicht van de fles en het etiket. Ze betalen gemiddeld 5 euro per fles.

De 'liefhebbers' drinken meer, maken snel een keuze en betalen tussen de 3 en de 6 euro per fles. Vaak kiezen ze voor wereldwijnen. Een vierde van deze groep drinkt dagelijks wijn. De 'kenners' ten slotte drinken heel regelmatig wijn en gaan voor complexere wijnen van betere kwaliteit. Ze hebben gemiddeld 5 tot 8 euro over voor een fles wijn en zijn de enige groep consumenten die af en toe 25 euro geeft aan een fles. Meer dan een vierde van deze groep drinkt dagelijks wijn. Voor elk van deze

groepen is wijn meer dan een product maar staat het synoniem met plezier en gezondheid.
Ook geografisch zijn er verschillen, aldus de wijnverantwoordelijken van Delhaize. Zo drinken Walen over het algemeen meer rode wijn dan Vlamingen, die een voorkeur hebben voor witte wijn. Walen drinken ook per inwoner meer. Delhaize gaat nu zijn communicatiestrategie aanpassen door de selectie van wijnen op een vrouwelijkere manier voor te stellen en in te delen volgens de momenten waarop mensen graag wijn drinken.
In 2007 kwam een op de vier flessen die in de Belgische grootdistributie werd verkocht van bij Delhaize, aldus de groep, die het afgelopen jaar 50 miljoen flessen wijn, schuimwijn en champagne over de toonbank zag gaan. Meer dan 70 procent van de wijn die door Delhaize werd verkocht, kwam uit Frankrijk. Twee derde van de wijnen in het Delhaize-assortiment wordt gebotteld in de Delhaize-bottelarij in Sint-Jans-Molenbeek. Met meer dan 25 miljoen liter wijn, gebotteld in 2007, is Delhaize de grootste wijnbottelaar van België.(KS)

Bron: 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 |