nieuws

"Eén op drie Belgen beperkt uitgaven wegens inflatie"

nieuws

Een op de drie verbruikers heeft de afgelopen zes maanden zijn uitgaven beperkt door de stijgende prijzen op de internationale oliemarkten en de hogere prijzen voor basisproducten. Heel wat consumenten hebben bovendien hun consumptiegewoonten aangepast, zo blijkt uit een studie van verbruikersorganisatie OIVO. De besparingen variëren naargelang het sociale profiel. De lage sociale groepen zeggen dat ze vooral hun uitgaven voor voeding beperkt hebben.

28 AUGUSTUS 2008 – LAATST BIJGEWERKT OM 14 SEPTEMBER 2020 14:05

Een op de drie verbruikers heeft de afgelopen zes maanden zijn uitgaven beperkt door de stijgende prijzen op de internationale oliemarkten en de hogere prijzen voor basisproducten. Heel wat consumenten hebben bovendien hun consumptiegewoonten en hun gedrag aangepast. Dat blijkt uit een studie van het Onderzoeks- en Informatiecentrum van de Verbruikersorganisaties (OIVO).

OIVO ondervroeg in juli van dit jaar ongeveer 600 mensen naar hun consumptie-gedrag. Uit de studie blijkt dat de Belg de broekriem aanhaalt: zo zegt bijna 1 op de 3 dat hij of zij de uitgaven voor voeding (28 pct) heeft verminderd. Een op de 6 consumenten is van voedingswinkel veranderd en 1 op de 8 gaat naar het buitenland om minder dure producten te kopen. Ook voor onderhoud en verbouwing van de woning, telecommunicatie en uitgaan legde een derde minder op tafel. Eén op de 5 consumenten gaf daarnaast minder uit voor reizen, vrije tijd, aankoop van elektrische huishoudapparaten, lichaamsverzorging, tabak en alcohol en 1 op de 7 beperkte de uitgaven voor gezondheidszorg.

De besparingen variëren naargelang het sociale profiel. Hoge inkomens, de kaders en de vrije beroepen hebben minder vaak hun gedrag veranderd dan de andere sociaal-professionele categorieën. De lage sociale groepen zeggen dat ze vooral hun uitgaven voor voeding beperkt hebben. In Vlaanderen lijkt de daling van de koopkracht de bevolking minder te raken dan in Wallonië en in Brussel.

Walen hebben hun uitgaven voor tal van posten beperkt. "Van alle respondenten is dit het profiel dat zijn gedrag het meest veranderd heeft", luidt het. "Ze zoeken naar de producten in promotie, stellen menu's op, zoeken de distributiemerken, kiezen de goedkopere producten of vervangen producten". Bij Brusselaars is het aantal posten waarop is bespaard kleiner, maar zijn de wijzigingen wel frequenter.
Volgens OIVO heeft de daling van de koopkracht bij de consument voor een gedragsverandering gezorgd: de verbruiker beperkt niet alleen bepaalde uitgaven, maar past ook zijn spaargedrag aan, verbruikt minder energie, stelt menu's op, vervangt producten door andere, enzovoort. Opmerkelijk ook is dat op de vraag "Wat baart u de meeste zorgen wanneer u denkt aan de toestand in België vandaag?", 53 procent de daling van de koopkracht antwoordt. Met 26 procent staat "het uiteenvallen van België" op de tweede plaats.(MP)

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 |

Privacy policy
Copyright
Cookie Policy
Cookie instellingen aanpassen
Crafted by Brigada