nieuws

Forse omzetstijging buurtwinkels in eerste jaarhelft

nieuws

Terwijl de Belgische grootwarenhuizen vechten om uit de rode cijfers te blijven, lijken de buurtwinkels de slag om de klant te winnen. In de eerste helft van dit jaar zetten de 5.000 buurtwinkels uit België een gemiddelde omzetstijging neer van 8 procent, zo blijkt uit een enquête van Unizo. Vooral de dure brandstof leidt klanten steeds vaker om naar 'het winkeltje om de hoek'. "Ik vrees dat het tijdperk van wekelijkse gezinsuitstappen naar het grootwarenhuis definitief voorbij is", zegt Luc Ardies van de zelfstandigenorganisatie.

11 AUGUSTUS 2008 – LAATST BIJGEWERKT OM 14 SEPTEMBER 2020 14:04

Terwijl de Belgische grootwarenhuizen vechten om uit de rode cijfers te blijven, lijken de buurtwinkels de slag om de klant te winnen. In de eerste helft van dit jaar zetten de 5.000 buurtwinkels uit België een gemiddelde omzetstijging neer van 8 procent. Vooral de dure brandstof leidt klanten steeds vaker om naar 'het winkeltje om de hoek'.
"De trend zette zich 5 jaar geleden al in", zegt Luc Ardies, directeur bij Unizo, die jaarlijks een enquête uitvoert bij haar leden. "Maar nooit was de stijging zo fors als tussen januari en juni 2008. Het aantal klanten nam gemiddeld zelfs met 10 procent toe. De consumenten lijken ook hun 'aankoopkorf' te verbreden. Terwijl ze vroeger alleen het hoogstnoodzakelijke aankochten in de buurtwinkel en één keer per week hun kar vollaadden in de supermarkt, gaan ze nu een paar keer per week naar de kleine kruidenier om zich daar te bevoorraden. Ze knippen hun aankopen in stukjes, en vermijden op die manier 'impulsaankopen'".
De dure brandstofprijs is, volgens de klanten zelf, één van de voornaamste redenen waarom ze switchen naar kleinere winkels met een oppervlakte van maximaal 1.000 vierkante meter, genre Spar, Supra, GB Express of Proxy Delhaize. "Maar daarnaast zijn de winkels zelf ook veranderd", zegt Ardies. "1.500 tot 2.000 van die zaken zijn aangesloten bij een grote commerciële groep, maar de uitbaters hebben een enorme vrijheid. Ze bepalen zelf wat ze aanbieden, en welke acties ze houden. Allemaal zijn ze

professioneler geworden, met in de eerste plaats oog voor de klant. In buurtwinkels word je vaak met je voornaam aangesproken, en dat waarderen mensen. We verwachten dan ook dat die opwaartse trend zich de komende jaren zal blijven doorzetten. Kleine winkeltjes zijn aan een revival toe".
Nog redenen die klanten aangeven om hun boodschappen om de hoek te doen: merkgewoonte (46,2%), aanbod (24,5%), versheid (19,1%) en vriendelijk personeel (16,7%). Eén van 'kleine winkels' die in de lift zitten, is de Proxy Delhaize van Chris De Clercq uit het Vlaams-Brabantse Sint-Joris-Weert. "Vroeger konden de klanten nog voordeel halen door in de super- of hypermarkt te gaan shoppen", zegt hij. "Buurtwinkels hadden de naam 'duur' te zijn, en dat schrok mensen af - vaak terecht. Die situatie is gelukkig helemaal veranderd. Tegenwoordig liggen de prijzen voor alle versproducten op precies dezelfde lijn als in de grote zaken. Waarom zou je dan nog een paar kilometer extra rijden, als je er toch geen financieel belang bij hebt? Alleen de 'middenproducten' zoals conserven, oliën, peper en zout of kattenvoer zijn doorgaans nog iets duurder in een buurtwinkel. Maar ook dat verschil wordt almaar kleiner".
Unizo onderzocht voorts de 'demografische' evolutie van de klanten, en ook dat blijkt in het voordeel van buurtzaken te spelen: gezinnen worden alsmaar 'compacter' met gemiddeld 2,3 leden - of 20 procent kleiner dan in 1980. Er zijn meer alleenstaanden (+64 pct tegenover 30 jaar geleden), meer alleenstaande ouders en meer koppels zonder kinderen. "Kortom, de traditionele grote gezinnen versnipperen, en steeds minder mensen hebben behoefte aan een bezoek aan een supermarkt, die eigenlijk afgestemd is op zulke grote gezinnen. Het concept van de buurtwinkel, die op maat van alleenwinkelende klanten gesneden is, beantwoordt precies aan de maatschappelijke evolutie", zegt Luc Ardies. "Ik vrees dat het tijdperk van wekelijkse gezinsuitstappen naar het grootwarenhuis definitief voorbij is".(KS)

Bron: Het Laatste Nieuws

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