nieuws

Harddiscounters verkopen meer groenten en fruit

nieuws

Harddiscounters Aldi en Lidl verkopen steeds meer verse groenten en fruit. Hun marktaandeel steeg in 2016 met 0,6 procent tot 19,8 procent, waarmee ze het tweede belangrijkste distributiekanaal zijn voor verse voeding, na de klassieke supermarkten en hypermarkten. Dat blijkt uit cijfers van onderzoeksbureau GfK voor het Vlaams Centrum voor Agro- en Visserijmarketing (VLAM) waarover Het Laatste Nieuws en retailmagazine Gondola berichten. Grote verliezers blijven de speciaalzaken die hun marktaandeel jaar na jaar zien slinken.

12 APRIL 2017 – LAATST BIJGEWERKT OM 14 SEPTEMBER 2020 14:39

Lees meer over:
distributie
consument



Harddiscounters Aldi en Lidl verkopen steeds meer verse groenten en fruit. Hun marktaandeel steeg in 2016 met 0,6 procent tot 19,8 procent, waarmee ze het tweede belangrijkste distributiekanaal zijn voor verse voeding, na de klassieke supermarkten en hypermarkten. Dat blijkt uit cijfers van onderzoeksbureau GfK voor het Vlaams Centrum voor Agro- en Visserijmarketing (VLAM) waarover Het Laatste Nieuws en retailmagazine Gondola berichten. Grote verliezers blijven de speciaalzaken die hun marktaandeel jaar na jaar zien slinken.

Het marktaandeel van harddiscounters voor groenten en fruit blijft stijgen. Vorig jaar steeg dat aandeel met 0,6 procent tot 19,8 procent. Niettemin kocht de Belg vorig jaar minder groenten en fruit. Aan verse producten, waaronder groenten, fruit, vlees, vis en brood, werd 0,8 procent meer uitgegeven, maar die stijging betekent niet dat er meer verse producten werden gekocht. Wel integendeel, want de voedingsinflatie bedroeg ongeveer 2 procent.

Voor hun groenten en fruit trekken de Belgen nog steeds het liefst naar de supermarkten, zoals Delhaize, Carrefour of Colruyt, en de hypermarkten. Die zijn samen goed voor 46 procent marktaandeel in verse producten. Het zijn vooral harddiscounters Lidl en Aldi die het sterkst groeien. Zij winnen al sinds 2011 jaar na jaar terrein en hebben intussen 19,8 procent van de markt in handen, zo blijkt uit GfK-cijfers. Grootste verliezers zijn de speciaalzaken, zoals de bakkers en slagers om de hoek. Zij incasseerden de laatste acht jaar een klap van 14,9 procent tot 10 procent.

Het een en het ander heeft te maken met ons jachtige levensritme en het dalend aantal winkelbezoeken. Zo gingen de Belgische gezinnen vorig jaar gemiddeld zo'n 146 keer per jaar naar de winkel om groeten en fruit in te slaan. Dat is opnieuw twee keer minder dan in 2015 en zelfs 39 keer minder dan in 2008. De klassieke, wekelijkse markten houden wél stand (2,5%), wat te verklaren valt door het brede aanbod en de beleving als grote troef.

Bron: Het Laatste Nieuws/Gondola.be

Beeld: Jan Prinsen

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