nieuws

Kwaliteit primeert nog altijd op lage prijzen

nieuws

Ondanks de dalende koopkracht verkiest de Belg nog altijd versheid en kwaliteit boven lage prijzen. Dat blijkt uit een enquête van supermarktketen Carrefour bij 28.500 Belgen. Eén van de opvallendste resultaten uit het onderzoek is dat momenteel bijna 60 procent van de Belgen een boodschappenlijstje opstelt. "De dalende koopkracht heeft de Belgen ertoe aangezet om zoveel mogelijk in één bezoek mee te nemen. Daarmee kunnen ze op termijn een bom geld besparen", zegt retailexpert Gino Van Ossel.

6 SEPTEMBER 2008 – LAATST BIJGEWERKT OM 14 SEPTEMBER 2020 14:05

Ondanks de dalende koopkracht verkiest de Belg nog altijd versheid en kwaliteit boven lage prijzen. Dat blijkt uit een enquête van supermarktketen Carrefour bij 28.500 Belgen. Volgens experts gaat het om één van de grootste onderzoeken naar onze winkelgewoonten ooit. Eén van de opvallendste resultaten uit het onderzoek is dat momenteel bijna 60 procent van de Belgen een boodschappenlijstje opstelt.

"Het overheersende gevoel in de sector is dat steeds meer Belgen hun bezoek aan de winkel uitgebreid plannen", zegt Gino Van Ossel, professor Retail en Marketing aan de Vlerick Leuven Gent Management School. "Ongeveer een jaar geleden gebeurde dat veel minder. De dalende koopkracht heeft de Belgen ertoe aangezet om zoveel mogelijk in één bezoek mee te nemen. Meer dan één keer per week naar de supermarkt rijden, kan op termijn immers een bom geld kosten".

Carrefour nam ook de verschillen tussen de winkelgewoonten van mannen en vrouwen onder de loep. Daaruit blijkt dat vrouwen langer winkelen, zich makkelijker laten beïnvloeden door reclame, maar wel vaker kortingbonnen gebruiken. Mannen nemen dan weer meer tijd om prijzen te vergelijken in de winkel, maar vergeten vaker voorraden van bepaalde producten in huis te halen. Conclusie: samen winkelen kan geld en tijd besparen.

Nog een opmerkelijk resultaat uit het onderzoek is dat bijna acht op de tien Belgen aan de kassa de inhoud van het winkelkarretje van een ander uitgebreid bestudeert. Vooral

vrouwelijke vrijgezellen laten daarbij hun verbeelding de vrije loop en fantaseren over het leven van de persoon in kwestie, soms zelfs om te weten of hij of zij ook single is. Zo'n 40 procent acht het (een beetje) waarschijnlijk dat hij of zij de ware zal ontmoeten in de supermarkt. 3,2 procent spendeert zelfs met opzet meer tijd in afdelingen waar meer personen van het andere geslacht rondlopen in de hoop nieuwe contacten te kunnen leggen.(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