nieuws

McDonalds en frituristen klaar voor concurrentieslag

nieuws

De nieuwe baas van McDonald's in ons land verandert het geweer van schouder: "Niet Quick, maar de 2.500 Belgische frietkoten zijn onze grootste concurrent", zegt Isabelle Kuster. Voortaan mikt de hamburgerketen openlijk op frietkotklanten, met een nieuw imago en 'thuisgevoel'. De frituristen maken de borst al nat: "Ken je vijand, er zijn geen 2.500 maar 5.000 frituren in België. En gezelligheid is ónze specialiteit".

24 MAART 2007 – LAATST BIJGEWERKT OM 14 SEPTEMBER 2020 13:59

De nieuwe baas van McDonald's in ons land verandert het geweer van schouder: "Niet Quick, maar de 2.500 Belgische frietkoten zijn onze grootste concurrent", zegt Isabelle Kuster. Voortaan mikt de hamburgerketen openlijk op frietkotklanten, met een nieuw imago en 'thuisgevoel'. De frituristen maken de borst al nat: "Ken je vijand, er zijn geen 2.500 maar 5.000 frituren in België. En gezelligheid is ónze specialiteit. In welke wachtrij wordt meer gelachen en gebabbeld: die van McDonald's of die in de frituur om de hoek?"

Marktleider Quick opende vorig jaar nog 4 nieuwe filialen. Bij de 57 vestigingen van McDonald's kwam er geen enkele bij, maar daar zit Kuster niet mee. De gewone frituurtjes zijn haar target. "Wij gaan de Belgische frietcultuur meer in ons voordeel draaien". Bernard Lefèvre, voorzitter van de Nationale Vereniging van Frituristen, houdt even de adem in, maar neemt de oorlogsverklaring vooral op als een compliment. "Voor het eerst geven ze het openlijk toe. Maar gezelligheid als marketingstrategie wérkt niet. De buurtfrituur is een sociaal knooppunt, daar kunnen zij met hun 'thuisgevoel' niet bovenop. Zie je dat madammeke van McDonald's al naar je naam vragen?"

De doorsnee buurtfrituur is de laatste decennia flink 'verquickt'. De frietenbakker beende de hamburgerrestaurants bij in snelheid, professionalisme, hygiëne en zitcomfort. Zelfs de kleine friturist serveert typisch uitziende Mc-kindermenu's in even verzorgde eetzalen. McDonald's moet nu demarreren op een andere manier, via de atmosfeer. Kuster: "We verruilen het fastfoodimago voor het comfort van een echt

restaurant. Alle neonlichten en schreeuwerige kleuren zijn vervangen door gezellige houttinten, lederen stoelen en rustige muziek".
De frituristenbond siddert en beeft niet, integendeel. "In absolute cijfers stijgt het aantal frituren nog steeds, al daalt ons aandeel in de totale markt. Quick en McDonald's nemen een steeds groter stuk van de taart in. Gelukkig wordt de taart steeds groter, omdat we met z'n allen vaker buitenshuis eten". McDonald's mag dan van imago veranderen, de frietjes blijven identiek. Isabelle Kuster: "Wij hebben dikkere, 'meer Belgische' frieten getest in onze restaurants. Maar de respons was negatief. Dunne, krokante frietjes zijn ons handelsmerk. Daar veranderen we niks aan".
"En daarop krijgen ze ons nooit klein", kaatst de frituristenbond terug. "In België zijn er evenveel frietsoorten als er frituren zijn. In frituur X bakken ze ze hard en dik, in frituur Y dun en zacht. Dat is onze kracht", zo luidt het.

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