

Supermarkt duwt kleinhandel verder uit de markt

nieuws

Als we boodschappen doen, dan gaan we steeds vaker of naar de supermarkt of naar het kleine speciaalzaakje om de hoek. Het middensegment van slagers, bakkers en viswinkels valt er steeds vaker tussenuit. Dat blijkt uit cijfers van de FOD Economie over de evolutie in de detailhandel van de jongste vijf jaar. Die tonen aan dat er steeds minder kaaswinkels (-20%), viswinkels (-14%) en slagerijen (-12%) in het straatbeeld te zien zijn. Maar dat wil niet zeggen dat gespecialiseerde voedingswinkels helemaal verleden tijd zijn: drankwinkels en chocoladezaken doen het wel weer goed. Die kenden een groei met 141 en 72 procent.

2 NOVEMBER 2016 – LAATST BIJGEWERKT OM 14 SEPTEMBER 2020 14:37

Lees meer over:

distributie

consument



Als we boodschappen doen, dan gaan we steeds vaker of naar de supermarkt of naar het kleine speciaalzaakje om de hoek. Het middensegment van slagers, bakkers en viswinkels valt er steeds vaker tussenuit. Dat blijkt uit cijfers van de FOD Economie over de evolutie in de detailhandel van de jongste vijf jaar. Die tonen aan dat er steeds minder kaaswinkels (-20%), viswinkels (-14%) en slagerijen (-12%) in het straatbeeld te zien zijn. Maar dat wil niet zeggen dat gespecialiseerde voedingswinkels helemaal verleden tijd zijn: drankwinkels en chocoladezaken doen het wel weer goed. Die kenden een groei met 141 en 72 procent.

Brood, vlees en vis kopen we steeds minder bij bakkers, slagers of viswinkels. Dat blijkt uit nieuwe cijfers van de FOD Economie. “Die trend is al een paar jaar aan de gang”, zegt Luc Ardies, directeur retail bij UNIZO. “De speciaalzaken in voeding krijgen het moeilijker ten voordele van de buurtsupermarkt. Die is nogal eens in handen van een zelfstandige die ook een diploma slagerij heeft, die dus ook een mooie versafdeling heeft en ook nog eens open is op zondag.”

Toch ziet ook Ardies steeds meer mensen naar hypergespecialiseerde zaakjes trekken. “De drankwinkels bijvoorbeeld, die surfen op hypes als de gin&tonic. Dat zijn niet meer de grote drankhallen, maar vaak eenmanszaken in een klein pand met weinig huurlasten. Dat geldt ook voor de chocoladewinkels die zich in de steden naar toeristen richten. Deze winkels zijn misschien niet duurzaam, maar dat het middensegment verdwijnt ten voordele van enerzijds de supermarkten en anderzijds kleine winkeltjes, dat is een blijver. Hoe meer de consument eenheidsworst voorgeschoteld krijgt, hoe meer hij op bepaalde momenten authenticiteit opzoekt.”

Bron: De Standaard

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](#)

Webdesign by [Who Owns The Zebra](#)