

Verkoop van voeding via internet in de lift

nieuws

De verkoop van voeding via het internet heeft tijdens het tweede kwartaal een enorme sprong gemaakt. Van april tot juni gaven Belgen 2,2 miljard euro uit op het internet, wat 10 procent meer is dan een jaar voordien. Webwinkels verkochten in het tweede kwartaal in totaal voor 65 miljoen euro aan voeding, zo berekenden de e-commerce belangenvereniging BeCommerce en het onderzoeksbureau GfK.

🕒 15 SEPTEMBER 2016 – LAATST BIJGEWERKT OM 14 SEPTEMBER 2020 14:36

Lees meer over:

consument

distributie



De verkoop van voeding via het internet heeft tijdens het tweede kwartaal een enorme sprong gemaakt. Van april tot juni gaven Belgen 2,2 miljard euro uit op het internet, wat 10 procent meer is dan een jaar voordien. Webwinkels verkochten in het tweede kwartaal in totaal voor 65 miljoen euro aan voeding, zo berekenden de e-commerce belangenvereniging BeCommerce en het onderzoeksbureau GfK.

Vliegtickets, vakantieaccommodatie, toegangstickets voor evenementen, etc. De Belg vond al langer zijn weg naar de webshop. Maar voeding online bestellen ligt toch nog iets moeilijker. Veel Belgen controleren de kwaliteit en versheid van hun vlees, vis of groenten liever in levenden lijve. "In vergelijking met onze buurlanden hinkt de verkoop van voeding via het internet in België nog wat achterop", zo weet ook BeCommerce-voorzitter Patricia Ceysens.

Een kentering lijkt nu echter in de maak, want de Belg kocht het afgelopen kwartaal meer voeding online dan vorig jaar. "Enerzijds ontdekken steeds meer consumenten dat ze hun klassieke boodschappenlijstje ook gemakkelijk online kunnen aankopen, via de online initiatieven van veel supermarkten", legt Ceysens die spectaculaire stijging uit. Maar het zijn de innovatieve spelers, zoals HelloFresh, Deliveroo en Pizza.be, die een voortrekkersrol spelen. "Een aantal aanbieders van kookpakketten en leveranciers van bereide (restaurant)maaltijden zijn sterk gaan inzetten op hun marketing. En de consument lijkt dat wel te smaken."

De Belgen besteedden in de periode april-juni samen 65 miljoen euro aan voeding op het internet. Dat is nog steeds een relatief beperkt aandeel, als je bedenkt dat online shoppers in ons land in totaal 484 miljoen euro uitgaven aan vliegtickets, 226 miljoen aan entreekaartjes voor pretparken en evenementen en 469 miljoen aan pakketreizen. "Maar eens de consument is gevallen voor een concept, kan het snel gaan in de e-commerce", gaat Ceysens verder. "Ook in andere categorieën zag je die groei nog lange tijd doorgaan. Voor voeding verwachten we niet anders."

Winkelketens doen steeds meer inspanningen om hun webwinkel te boosten. Colruyt breidde het aantal afhaalpunten voor bestelde boodschappen het afgelopen jaar uit tot 170. Delhaize zit aan 126 en Carrefour aan 72. Bovendien levert Delhaize sinds

deze maand als eerste grote speler online boodschappen aan huis. 'Onze webwinkel is nog niet winstgevend, maar we anticiperen op de toekomst', zegt Dekelver. In totaal gebeurt 16 procent van alle Belgische aankopen via het internet.

Bron: De Tijd/Het Laatste Nieuws

Beeld: Hello Fresh

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](#)

Webdesign by Who Owns The Zebra