nieuws

Vlamingen gaan opnieuw meer naar de bakker

nieuws

De Vlaamse bakkers doen het goed. Meer Vlamingen gingen langs bij de bakker voor brood en banket en de groep trouwe klanten groeit.

16 JUNI 2010 – LAATST BIJGEWERKT OM 14 SEPTEMBER 2020 14:12

Lees meer over:
voedingsindustrie
varia

De Vlaamse bakkers doen het goed. Het marktaandeel van bakkers steeg voor het tweede jaar op rij en meer Vlamingen gingen langs bij de bakker voor brood en banket. Ook mogen bakkers zich verheugen op een groeiende groep trouwe klanten. Dit blijkt uit onderzoeken van GfK Panelservices Benelux en InSites Consulting. De Wakkere-Bakker-campagne van VLAM werkt sinds 2003 aan het bakkerijbezoek van de consument.
Sinds het derde kwartaal van 2007 koopt de Vlaming opnieuw meer brood. De economische crisis en de dalende koopkracht zijn hiervan de belangrijkste oorzaken. Het thuisverbruik van brood steeg in Vlaanderen van 82 eenheden per inwoner in 2006 tot 87 eenheden per inwoner in 2008 (+6%). In 2009 bedroeg het verbruik 86 eenheden per inwoner.
De Vlaming koopt zijn brood en banket liefst bij de bakker en geeft daar sinds 2007 meer geld aan uit. Deze stijging komt er in de eerste plaats dankzij de hogere omzet voor brood, dat 60 procent van de totale omzet van de bakker uitmaakt. De supermarkten hebben de stijging van hun brood- en banketomzet van de voorgaande jaren in 2009 niet kunnen voortzetten. Zij verloren markt aan de bakker die zijn marktaandeel zag stijgen van 54 procent in 2007 naar 56 procent in 2009.
Niet alleen het aantal gezinnen dat brood koopt bij de bakker steeg in 2009, de gezinnen werden ook trouwer aan hun bakker. Zo steeg het percentage primaire shoppers -gezinnen die meer dan 50 procent van hun bestedingen aan brood en

banket bij de bakker doen- van 38 procent in 2008 tot 42 procent van de Vlaamse gezinnen in 2009. Deze primaire shoppers zijn goed voor 58 procent van de totale omzet van brood en banket in Vlaanderen. Voor een bakker zijn het veruit de belangrijkste klanten want zij zorgen voor 88 procent van de bakkersomzet in Vlaanderen.
De Vlaming ziet de bakker als een passionele vakman en als dé specialist voor brood en banket. Die passie voor het maken van brood stond in 2003 centraal bij de start van de Wakkere-Bakker-campagne van VLAM. Op zeven jaar tijd is de Wakkere Bakker een begrip geworden in Vlaanderen dankzij de campagnes van VLAM. Dat de campagne gesmaakt wordt, mag naast het gestegen bezoek aan de bakker ook blijken uit het in de wacht slepen van een Effie-award, een prijs voor de meest efficiënte reclame.

Bron: eigen verslaggeving

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