



Kleine extra boodschappen



OIVO, januari 2007

OIVO

Onderzoeks- en Informatiecentrum
van de Verbruikersorganisaties



Agenda

1. Doelstellingen
2. Methodologie
3. De kleine extra boodschappen
 1. Wie en hoe vaak
 2. Aangehaalde redenen
4. Synthese en aanbevelingen

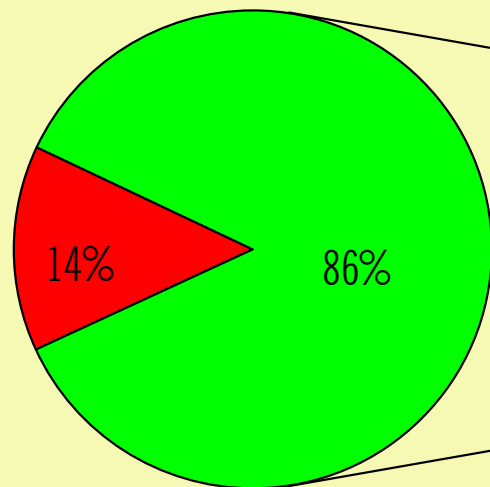
Doelstellingen

- De omvang evalueren van de kleine extra boodschappen (voor minder dan 15 artikelen) bij de consumenten in België.
- De achterliggende logica, de aangehaalde redenen begrijpen van de consumenten die kleine extra boodschappen doen.

Methodologie

- 600 kwantitatieve interviews, telefonisch afgenomen (België).
- Field : mei 2006.
- Aselecte gelaagde gecorrigeerde steekproef.
- De resultaten hebben de gepaste statistische bewerkingen (χ^2 , Student en normale wet) ondergaan.
- De totale foutmarge op de steekproef bedraagt 4%.
- Enkel de betekenisvolle resultaten worden voorgesteld. Elk gegeven werd evenwel geanalyseerd in functie van de locatie (Brussel, Vlaanderen, Wallonië), het geslacht, de leeftijd, de grootte en de samenstelling van het gezin, de sociale groepen (lage, gemiddelde, hoge), het feit dat iemand HVA (hoofdverantwoordelijke voor de aankopen) is of niet.

Kleine extra boodschappen: frequentie



■ Nee ■ Ja

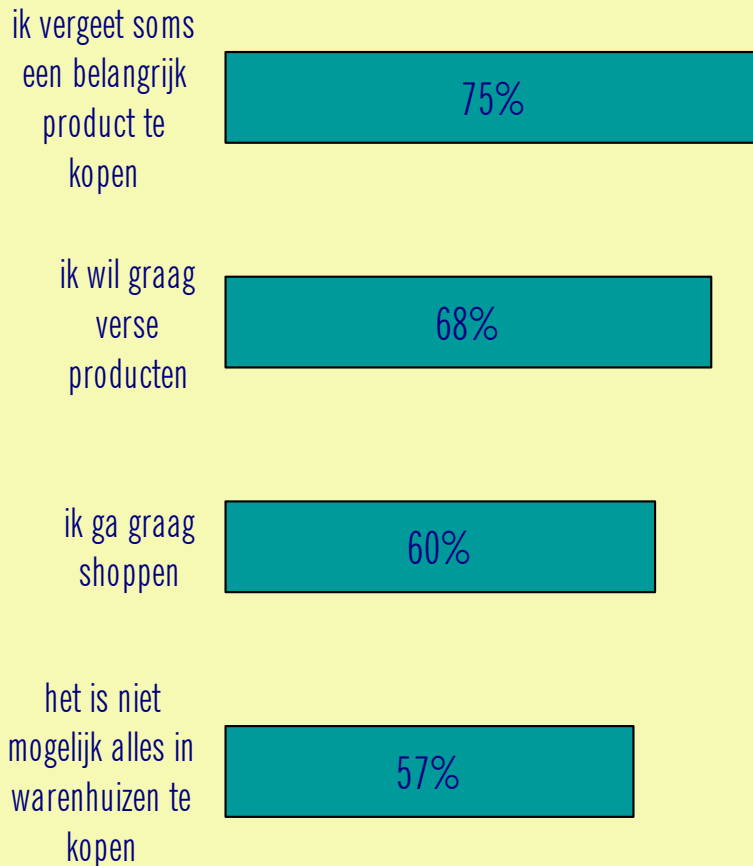
Gemiddeld
3.4 maal
per week

➤ Bent u vorige week naar een winkel gegaan om enkele aankopen (van minder dan 15 artikelen) te doen?

- Bijna 9 op de 10 consumenten doen over het algemeen kleine extra boodschappen. Gemiddeld doen ze dat meer dan driemaal per week.
- De consumenten in de Vlaamse kleine dorpen in het bijzonder zijn talrijker om kleine extra boodschappen te doen (93%).
- De gezinnen met kinderen doen frequenter kleine extra boodschappen (meer dan 5 maal per week).
- De Franstaligen en de mensen van 18 à 29 jaar doen minder frequent kleine extra boodschappen (2.5 maal per week gemiddeld).

Basis : geïnterviewden

Kleine extra boodschappen : aangehaalde redenen

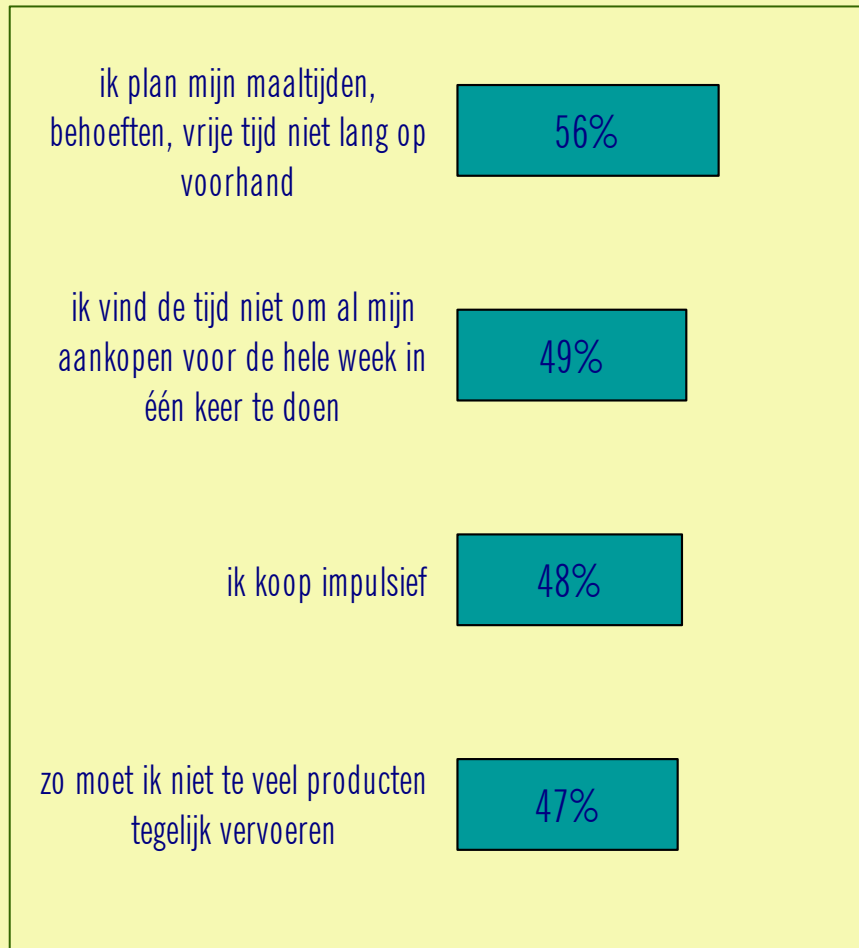


➤ Redenen waarom u kleine extra boodschappen doet...

- De consument noemt meerdere redenen tegelijk.
- In 3 op de 4 gevallen doen de consumenten kleine extra boodschappen omdat ze een belangrijk product vergeten te kopen zijn toen ze hun (gewone) boodschappen deden.
- Bijna 70% van de consumenten die kleine extra boodschappen doen, willen over verse producten beschikken.
- In 6 op de 10 gevallen wordt het fenomeen verklaard door het feit dat deze consumenten graag shoppen; ze bezoeken dus vaak de winkels en kopen kleinere hoeveelheden van producten.
- In meer dan 1 op de 2 gevallen doen de consumenten aanvullende boodschappen omdat ze vinden dat niet alles in warenhuizen gekocht kan worden.

Basis : consumenten die kleine extra boodschappen doen; meerdere antwoorden mogelijk

Kleine extra boodschappen : aangehaalde redenen



➤ Redenen waarom u kleine extra boodschappen doet...

- In meer dan 1 op de 2 gevallen doen de consumenten kleine extra boodschappen omdat ze hun maaltijden, hun behoeften, hun vrije tijd niet op lange termijn voorzien. Ze kopen dus een kleiner aantal producten overeenkomstig met hun behoeften op korte termijn.
- In bijna 50% van de gevallen doen de consumenten aanvullende boodschappen omdat ze de tijd niet vinden om al hun aankopen voor de hele week in één keer te doen.
- Sommige doen kleine extra boodschappen omdat ze impulsief kopen.
- Sommige consumenten doen kleine extra boodschappen om niet te veel producten tegelijk te moeten vervoeren.

Basis : consumenten die kleine extra boodschappen doen; meerdere antwoorden mogelijk

Kleine extra boodschappen : aangehaalde redenen – verschillen volgens profiel

Redenen om kleine extra boodschappen te doen	Profiel dat deze reden merkkelijk meer aanhaalde	Profiel dat deze reden merkkelijk minder aanhaalde
Ik doe kleine extra boodschappen omdat ik soms een belangrijk product vergeet te kopen (75%)	De gezinnen met kinderen van 0 à 12 jaar (89%)	
Ik doe kleine extra boodschappen om over verse producten te beschikken (68%)	De inwoners van Vlaamse steden (84%) De hoge sociale groepen (76%)	De inwoners van de Waalse steden (36%) De inwoners van de Vlaamse kleine dorpen (46%) De lage sociale groepen (48%)
Ik doe kleine extra boodschappen omdat ik graag ga shoppen (60%)	De inwoners van de Vlaamse kleine dorpen (79%) De lage sociale groepen (71%)	De inwoners van de Waalse steden (29%)

Kleine extra boodschappen : aangehaalde redenen – verschillen volgens profiel

Redenen om kleine extra boodschappen te doen	Profiel dat deze reden merkkelijk meer aanhaalde	Profiel dat deze reden merkkelijk minder aanhaalde
Ik doe kleine extra boodschappen omdat het niet mogelijk is om alles in warenhuizen te kopen (57%)	De inwoners van de Vlaamse kleine dorpen (77%)	De inwoners van de Waalse steden (32%)
Ik doe kleine extra boodschappen omdat ik maaltijden, behoeften, vrije tijd niet lang op voorhand voorzie (56%)	De 18- tot 29-jarigen (69%)	De inwoners van de Waalse steden (36%)
Ik doe kleine extra boodschappen omdat ik niet de tijd vind om al mijn aankopen voor de hele week in één keer te doen (49%)	De inwoners van de Vlaamse kleine dorpen (62%)	De inwoners van Waalse steden (20%)

Kleine extra boodschappen : aangehaalde redenen – verschillen volgens profiel

Redenen om kleine extra boodschappen te doen	Profiel dat deze reden merkkelijk meer aanhaalde	Profiel dat deze reden merkkelijk minder aanhaalde
Ik doe kleine extra boodschappen omdat ik impulsief koop (48%)	De inwoners van Vlaamse kleine dorpen (75%) De lage sociale groepen (70%)	De inwoners van de Waalse steden (31%) De hoge sociale groepen (31%)
Ik doe kleine extra boodschappen omdat ik dan niet te veel producten tegelijk vervoer (47%)		De inwoners van de Waalse steden (24%)

Kleine extra boodschappen : conclusies

- Kleine extra boodschappen doen komt veel voor want ze dekken tal van behoeften van de consumenten. Ze maken het de gezinnen of mensen met een onregelmatig uurrooster mogelijk om eventuele verspillingen te vermijden door enkel aankopen te doen in functie van de dagelijkse behoeften.
- De consumenten die frequent kleine extra boodschappen doen zijn traditioneel actieve consumenten die te weinig tijd hebben, die geen zin hebben of die niet de mogelijkheid hebben om boodschappen voor de hele week te doen. De sector van de grootdistributie komt aan die behoeften tegemoet op diverse manieren (buurtwinkels, ruimere openingstijden, ...) en biedt aan die doelgroep meer aangepaste producten aan (kant-en-klare producten, snacks, verse producten, ...).
- Bijna 9 op de 10 consumenten doen kleine extra boodschappen (voor aankoop van minder dan 15 food- of non-foodproducten), en dit gemiddeld meer dan driemaal per week.

Kleine extra boodschappen : conclusies

- Tal van redenen worden aangehaald door de consumenten die kleine extra boodschappen doen. Gemiddeld vermelden de consumenten meer dan 5 redenen daarvoor, waaronder:
 - verstrooidheid
 - de wens over verse producten te beschikken
 - graag shoppen
 - het beperkte aanbod van de warenhuizen
 - de afwezigheid van een planning voor alle aankopen
 - de moeilijkheid om alle aankopen voor de hele week in één keer te doen
 - het gewicht en het volume dat vervoerd moet worden als maar één keer per week boodschappen worden gedaan
- De kleine extra boodschappen zijn doorgaans aanvullende aankopen bij de grotere boodschappen die wekelijks worden gedaan.

Aanbevelingen

- Voor bepaalde consumenten kunnen zulke boodschappen een eenmalige aankoopmodus zijn die bijzondere aandacht verdient:
 - **Financieel risico vanwege de plaats waar gekocht wordt:** de kleine extra boodschappen worden meestal gedaan in buurtwinkels, nachtwinkels, waar de aangerekende prijzen over het algemeen hoger liggen dan in andere distributiekanaalen.
 - **Financieel risico vanwege de impulsieve aankopen:** wie frequenter gaat winkelen, geen boodschappenlijstje opstelt of zijn maaltijden niet vooraf plant, vergroot de trend om producten te kopen die men niet echt nodig heeft en om impulsieve aankopen te doen.
 - **Risico in verband met het voedingsevenwicht:** boodschappen doen wanneer je honger hebt, vergroot het risico dat je vette en/of gesuikerde producten koopt die snel, maar niet voor lang je hongergevoel stillen. Wie wil vermijden om te « bezwijken » voor een snack, een koffiekoek of chocolade, doet er best aan een evenwichtig tussendoortje (fruit, boterham, enz.) te voorzien, dat in de maaltijdplanning van de dag past. De menuplanning voor de week en het gebruik van een boodschappenlijstje vergemakkelijkt ook het langetermijnbeheer van het voedingsevenwicht en gaat vaak samen met het feit dat men regelmatig eten klaarmaakt.

Aanbevelingen

- **Ecologisch risico:** meerdere keren boodschappen gaan doen en zodoende meer verplaatsingen maken, meer plastic zakken gebruiken, enz. heeft een niet te ontkennen milieu-impact, vooral bij de mensen die zich met de auto verplaatsen.
- Het is mogelijk om positieve gedrag patronen aan te nemen:
 - **Om de uitgaven te beperken**
 - Een boodschappenlijstje opstellen en je eraan houden
 - Een menu voor de hele week vastleggen
 - Vermijden dat je boodschappen gaat doen als je honger hebt
 - Water van de kraan drinken: ten eerste is het drinkbaar en ten tweede – en vooral – het is goedkoper (tot 250 maal minder duur dan mineraal water in flessen)
 - Brood, aardappelen, pasta's, rijst, gedroogde groenten eten: deze voedingsproducten zijn een grote energiebron en ze zijn goedkoop.

Aanbevelingen

- Melk van het « eerste prijs » gamma is vaak van zeer goede voedingswaardekwaliteit. De consumptie van meer bewerkte producten is niet nodig.
- Vermijd de bereide gerechten: ze zijn duur en vaak te vet en te gezouten. Zelfgemaakte soep is goedkoper dan de soepen die je in de handel koopt. Conserveren en diepvriesproducten zijn ook bronnen van besparingen.
- Kies voor zelfgemaakte desserts op basis van melk, met minder calorieën en minder duur dan die in de handel.
- Koop vlees in promotie, vermijd er te veel van te kopen (koop geen 250 gr als 100 gr volstaat) en onthoud dat gevogelte en (ontvet) varkensvlees interessante producten zijn.

Aanbevelingen

- Om de milieu-impact te beperken
 - Combineer kleine extra boodschappen met aan sport doen door ze te voet of met de fiets te doen
 - Gebruik het openbaar vervoer voor die kleine extra boodschappen
 - Eet seizoensgroenten en –fruit, ze zijn vaak goedkoper. Kies voor de lokale producten, die ook vaak minder duur zijn.
- Om de gezelligheid te verbeteren
 - Maak gebruik van de kleine extra boodschappen om uw menselijke contacten uit te breiden, om de goede relaties met burens (en ruimer met de buurt) nog te verbeteren
 - Breng leven in de buurtwinkels en steun de lokale economie (winkels in je straat, wijk).

Verantwoordelijke uitgever :

Marc Vandercammen

OIVO

Paapsemiaan 20 - 1070 BRUSSEL

Tel. 02/547.06.11 - Fax. 02/547.06.01

www.oivo.be

Uitgave 2007

Catalogusref. — 415-07

D 2007-2492-06

©OIVO

Prijs : 17 €

Overnames voor niet-commerciële doeleinden toegestaan mits bronvermelding